

**L'intervista**

Parla il fondatore della Paolo Castelli spa: «Design ad alta quota»

5

**La novità**

Big data nel carrello di Cia-Conad per fare offerte mirate ai clienti

7

**Il monitor**

Nelle trimestrali delle quotate la Regione che guarda avanti

12

CORRIERE IMPRESE

L'ECONOMIA, GLI AFFARI, LE STORIE DELL'EMILIA-ROMAGNA

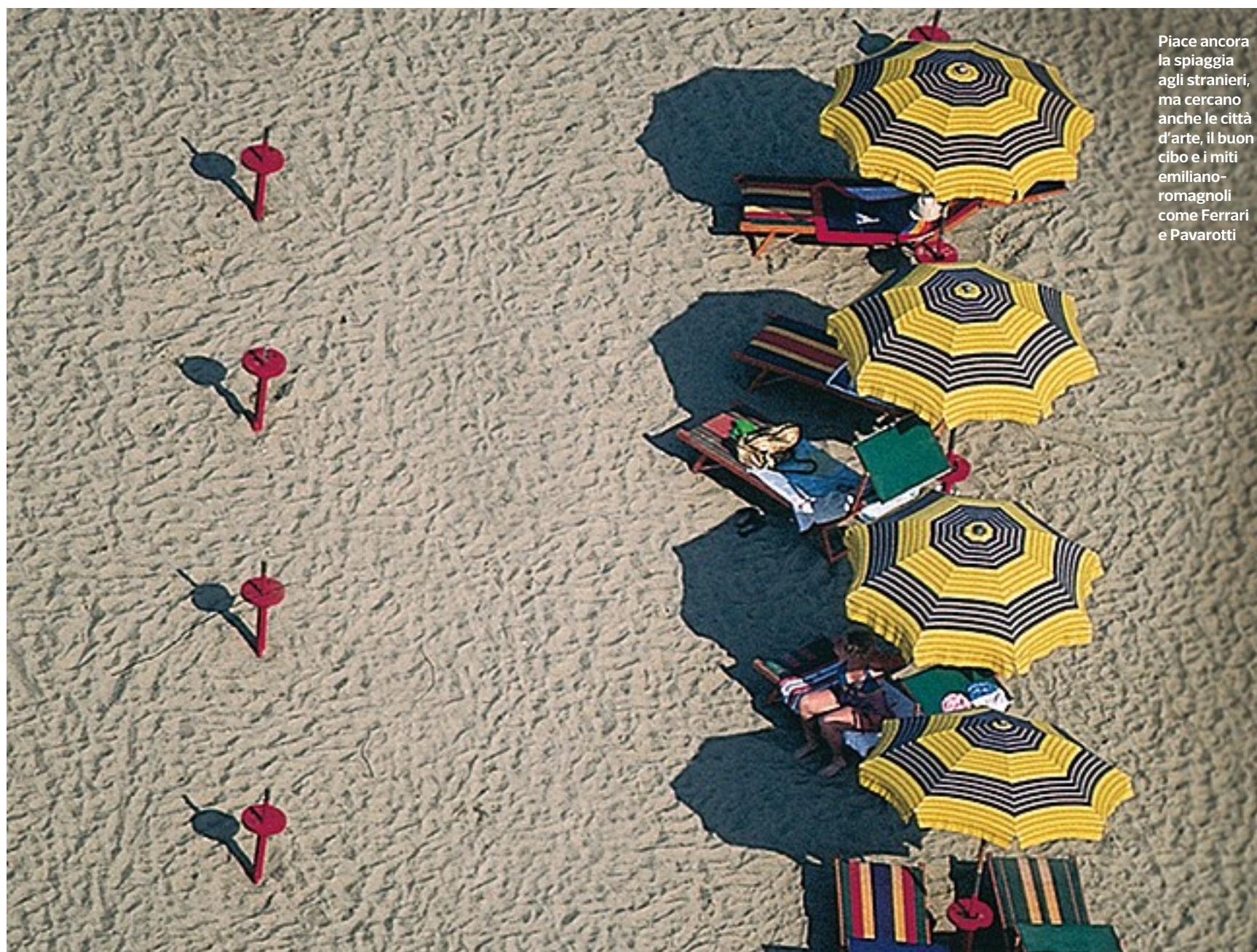
**L'analisi**

Globalità e private equity per crescere

di **Massimiliano Marzo**

Da più parti si avverte l'imminente, ma molto graduale, uscita dalla crisi e, quindi, viene spontaneo chiedersi: qual è la lezione che abbiamo imparato? Di cosa ci sarebbe bisogno a livello territoriale per permettere alle nostre imprese di rafforzarsi e diventare ancora di più leader? La crisi ci ha insegnato che il motore della crescita è rappresentato dall'investimento e dall'innovazione: ciò spiega anche perché molte aziende del nostro territorio hanno reagito meglio alla crisi, rispetto ad altri contesti. L'altra lezione fondamentale è che il terreno di gioco della competizione oggi è più ampio che in passato: dall'inizio della crisi a oggi, molti dei Paesi che si consideravano «emergenti» sono diventati economie forti, caratterizzate da domanda crescente e alta redditività degli investimenti. Pertanto, per reggere e crescere in questo nuovo contesto, la dimensione aziendale diviene una variabile essenziale: le pmi sono una realtà importantissima, ma non possono permettersi più di rimanere tali. Questa situazione, fra l'altro, presenta notevolissime potenzialità di investimento per imprese italiane all'estero, non al fine di favorire una delocalizzazione produttiva (a volte non necessaria), ma per diversificare e aprire nuovi spazi di crescita. Per realizzare questi obiettivi, quali sono gli strumenti di cui abbiamo bisogno?

continua a pagina 19



Piace ancora la spiaggia agli stranieri, ma cercano anche le città d'arte, il buon cibo e i miti emiliano-romagnoli come Ferrari e Pavarotti

Più turisti, non per caso

Il numero di arrivi e presenze nella nostra regione è destinato a crescere dal prossimo anno. Ne sono convinti due tour operator stranieri su tre. E mentre gli hotel sfruttano gli incentivi dell'Art bonus per ammodernarsi, in Romagna due giovani imprese, Yalla Yalla e Bid to Trip, esplorano le nuove frontiere del turismo

L'intervento

La via dell'agricoltura tra aggregazione e internazionalizzazione

di **Gianni Tosi***

Mai come in questo momento l'attenzione del mondo è rivolta verso il settore agricolo; verso l'alimentazione e la produzione di cibo. E l'Emilia-Romagna non può mancare l'appuntamento.

Lo chiedono gli agricoltori da Piacenza a Rimini, in attesa dei primi bandi del nuovo Piano regionale di Sviluppo Rurale 2015-2020 con la speranza che

siano di facile accesso, nell'ottica della semplificazione burocratica, e che siano soprattutto capaci di generare reddito per le imprese e nuova occupazione anche attraverso politiche tese ad ampliare l'accesso ai mercati e incrementare la riqualificazione delle produzioni regionali (Dop, Igp e commodities).

Lo chiede la comunità internazionale riunita all'Expo. La sfida dell'Emilia-Romagna, infatti, si gioca anche sull'aggregazione tra imprese e sulla capacità di penetrare i mercati esteri facendo conoscere e riconoscere la qualità del nostro prodotto, eccellente e di indiscutibile valore sia per storia e tradizioni che per innovazione.

continua a pagina 19

BENINI ANTONIO srl
UNIPERSONALE



Fitofarmaci e mezzi tecnici per l'agricoltura



Progettazione e realizzazione impianti di irrigazione per parchi e giardini

Via Cosme Tura, 1-2-5
44034 Copparo (Fe)
Tel. Ufficio 0532/860426
Tel. Fax 0532/385497

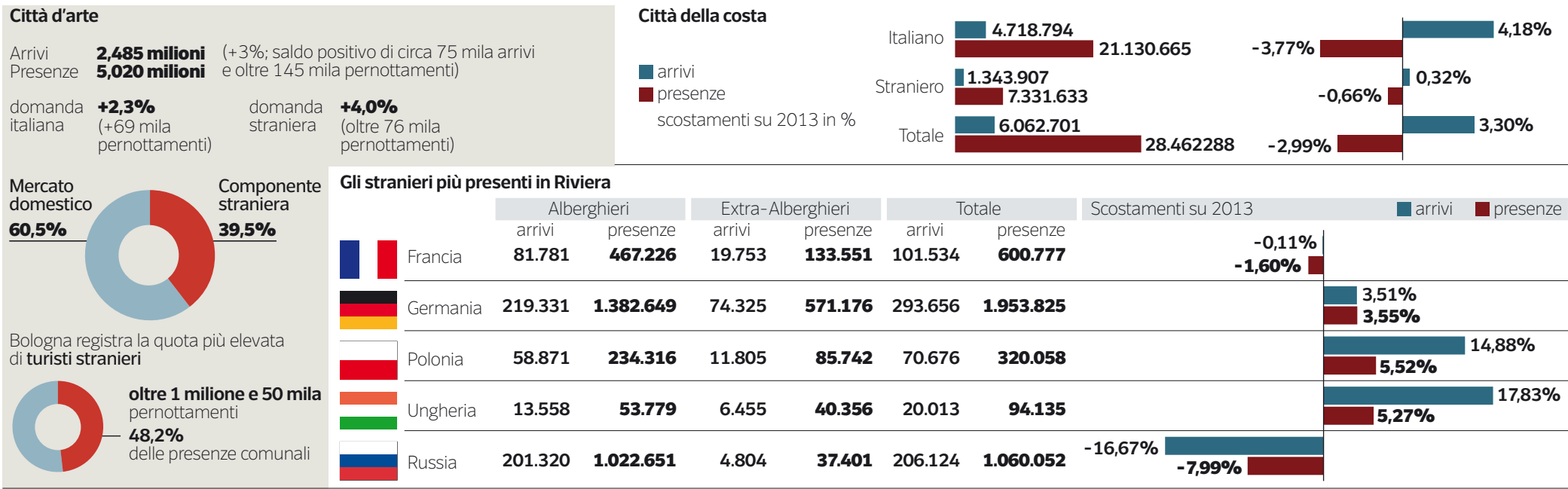


Scarica la nostra App per iPhone e rimani aggiornato!

Available on the iPhone App Store

PRIMO PIANO

Il Turismo in Emilia-Romagna nel 2014



centimetri

Il **turismo** crescerà dal prossimo anno La Regione: «Può valere il 10% del Pil»

di **Francesca Candioli**

Il turismo in Emilia-Romagna crescerà a partire dal prossimo anno perché questa terra è ancora tutta da scoprire. A esserne convinti sono due tour operator esteri su tre dei 100 buyer che a fine aprile hanno partecipato alla 20esima edizione di Buy Emilia-Romagna: la Borsa del turismo regionale che in questi anni ha coinvolto più di 49 Paesi per un totale di 3.000 partecipanti, giunti in regione per prendere contatti e indirizzarne così al meglio il proprio flusso di turisti. Solo nel 2014 il 25,1% delle presenze, ossia di chi si ferma almeno una notte in regione, sono state di stranieri. E secondo Trademark Italia l'anno scorso sono stati stimati in totale più di 50 milioni di pernottamen-

I buyer stranieri convinti che in Emilia-Romagna i visitatori aumenteranno dal 2016
Piacciono sempre di più le città d'arte, la costa e il cibo

ti, 32 dei quali solo in Riviera dove va l'81,2% di chi sbarca in regione. Tra gli stranieri che frequentano di più l'Emilia-Romagna, in particolare lungo le province costiere — Rimini è la più ambita dall'estero —, ci sono i tedeschi con quasi tre milioni di pernottamenti. Per alcuni buyer ormai la nostra regione è diventata un punto di riferimento per l'Italia, per altri invece un nuovo territorio da testare. Per gli americani tutto è così

tipicamente italiano: «Vedere le cose con i propri occhi è diverso. Sono iniziative come questa del Buy la chiave del successo della regione. In Emilia-Romagna c'è qualcosa di unico e particolare che vi contraddistingue. Siete un punto di riferimento per coloro per cui l'Italia non è solo Roma, Venezia e Firenze, ma molto altro», spiega Rem Malloy da Washington di Italy4Real. Oltre a 12 tour operator americani, a Bologna so-

no arrivati quest'anno 100 buyer provenienti da 23 Paesi diversi, dalla Danimarca alla Francia, alla Turchia, al Brasile, ma per la maggior parte dall'Europa occidentale (il 32%). Fra i vari mercati emergenti — anche se l'Apt per la prossima stagione punterà soprattutto su America e Nord Europa — quest'anno l'edizione di Buy ha voluto dare spazio a Brasile, Corea del Sud, Polonia e Turchia. «Ci piacciono i luoghi tradizionali e non smaccatamente turistici. Puntiamo sull'Emilia-Romagna proprio per questo, perché riesce a darci questa unicità», sottolinea Emre Tüzün che con Modus Events lavora sui collegamenti aeroportuali per portare i turisti dall'Oriente in Europa. A essere più gettonate dagli stranieri sono le offerte turistiche legate all'enogastronomia e alle

città d'arte (poste al primo posto dal 78% dei buyers), seguite poi da cultura, arte e storia, mare, benessere e montagna. È però il vino a far impazzire i cinesi: «L'Emilia-Romagna ha dei marchi di eccellenza, come Ferrari e Pavarotti, su cui punta e che ci attirano. Noi lavoriamo più di tutto sul vino e organizziamo in regione corsi di degustazione e tour guidati nelle cantine», racconta Wang Ying dalla Cina. A piacere però sempre di più sono le città d'arte dell'Emilia-Romagna che stanno vivendo un trend positivo e hanno portato a un incremento di presenze di più di 5 milioni e ad un aumento di visitatori nei musei del 9,7% (quasi 638 mila ingressi complessivi), mentre è Bologna ad attirare più turisti stranieri con oltre un milione e 50 mila pernottamenti. E tra i

Paesi che dal 29 al 31 maggio parteciperanno alla Borsa delle 100 Città d'Arte ospitata sotto le Due Torri, ci sarà anche il Portogallo che cerca di promuovere la regione collegando i monumenti con la buona tavola. «Organizziamo escursioni e corsi di cucina nelle città più caratteristiche. E se dovessi dare un consiglio all'Emilia-Romagna, cercherei di lavorare maggiormente su questo aspetto, unendo sempre di più i vostri punti forti: cultura e cibo», chiosa Madalena Jorge di Viagens Abreu. Di turismo non vivono solo i tour operator stranieri: l'Emilia-Romagna vorrebbe trarre da questo settore il 10% del Pil complessivo regionale nei prossimi cinque anni, come spera l'assessore regionale al Turismo e Commercio, Andrea Corsini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Wi-fi ed esperienze di nicchia, gli **alberghi** fanno il pieno di stelle Giorgetti (Federalberghi): «Chi ha ristrutturato è in grado di proporre un'offerta competitiva»

Incentivi

Il decreto Art bonus riconosce agli hotel un credito d'imposta del 30% delle spese sostenute, fino a un massimo di 200.000 euro, per interventi di ristrutturazione edilizia

La vacanza dell'italiano medio che ad agosto prendeva l'auto e se ne andava per un mese in Riviera non esiste più. «Nell'ultimo decennio si è verificato l'equivalente dei cambiamenti che ci sono stati negli scorsi cinquant'anni. Dal turista passivo, a cui bastava il mare, si è passati alla sua versione più attiva, che sceglie luoghi in cui andare a vivere, e non solo da visitare», è la tesi di Mauro Santinato, fondatore di Teamwork, agenzia di consulenze nel settore dell'ospitalità. E con i turisti, sono cambiate anche le strutture che, chi più e chi meno, hanno approfittato degli incentivi, previsti dal governo in termini di ristrutturazioni e rinnovamento digitale, dedicati agli hotel che ancora non si sono adeguati agli standard internazionali. Agevolazioni fiscali che, dopo più di un anno di

attesa, tornano a essere riproposte per un totale di 220 milioni in cinque anni da distribuire tra ristrutturazioni edilizie, eliminazione di barriere architettoniche e acquisto di mobili. Fra questi sono previsti anche 12.500 euro per migliorare la digitalizzazione dell'offerta, di cui in Riviera, come spiega Patrizia Rinaldis, presidente degli albergatori Aia di Rimini, saranno in molti ad approfittarne perché non richiede molti fondi ed è fondamentale per andare incontro alle necessità dei turisti, sempre più internauti. «Dal 2003 al 2008 chi ha usufruito di questi aiuti previsti dalla legge, è in grado di proporre un'offerta competitiva, ma chi è arrivato tardi o non ne ha ancora approfittato fa fatica a sopravvivere, visto che gli incentivi non bastano per riuscire a ripartire dopo sette anni di crisi. Poi, la clientela è cambia-



Numero uno Alessandro Giorgetti presidente di Federalberghi

ta, pretende sempre di più», ammette Alessandro Giorgetti, presidente regionale di Federalberghi, che sottolinea come oggi alcune strutture alberghiere riusciranno a migliorarsi — il 40% di esse è già competitivo —, mentre altre saranno destinate a scomparire. Secondo Trademark Italia in regione vi sono 4.418 hotel per un totale di più di 294 mila posti letto, di cui circa il 49% si trova a Rimini, che da sola è la seconda città al mondo per numero di alberghi (2.253) dopo Miami. «Se negli anni 80 era facile vendere un posto letto, oggi il mare non basta più — continua Santinato —. Ci siamo trasformati in una terra di vacanze poliedriche: dunque se vogliamo competere con altre località dobbiamo puntare su qualcosa che ci differenzia, cercando di vendere la qualità e i rapporti umani. La sfida è avere una for-

te personalità». Molte strutture infatti ora cercano di specializzarsi su settori di nicchia, offrendo maggiori servizi alle famiglie o a chi cerca esperienze più tradizionali, e sempre meno turistiche. «Da una parte sono aumentate le strutture a 3-4 stelle (su 4.418 alberghi in regione, 2.438 sono a tre stelle, ndr), e dall'altra è migliorata la qualità del servizio offerto. A Rimini vi è stata una crescita graduale dal punto di vista del rinnovamento tecnologico e ambientale delle strutture, mentre chi è piccolo e non è riuscito ad adeguarsi alle nuove richieste di mercato fa fatica», prosegue Patrizia Rinaldis da Rimini dove la stagione balneare è già partita dal 23 giugno, una settimana prima rispetto a quanto previsto dall'ordinanza regionale.

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La classifica

Gli hotel di Bologna tra i più cari d'Italia

Salgono i prezzi degli hotel a Bologna nel primo trimestre 2015, con un incremento pari +5,9% rispetto al primo trimestre dello scorso anno e una tariffa media di 90 euro per camera a notte. Lo certificano i dati diffusi dall'Osservatorio Hrs sul turismo e il business Travel: le Due Torri si classificano al quinto posto, al pari di Firenze, tra le più care mete turistiche italiane. In vetta alla graduatoria rimane però Venezia con 130 euro a notte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Digitale

Potenza delle guide online, ritorna il progetto Blogville

Prima di scegliere l'Emilia-Romagna come tappa delle loro vacanze, negli ultimi quattro anni 25 milioni di utenti l'hanno vista per la prima volta solo sul web. Grazie a siti promozionali, piattaforme digitali, ma soprattutto ai blog. Per questo anche quest'anno ritorna Blogville, il progetto lanciato tre anni fa dall'Apt e che ha visto oltre 150 blogger internazionali

arrivare in regione per raccontarla attraverso 1.000 articoli e 10 mila foto e video. Un progetto che ha permesso di raggiungere oltre 10 milioni di utenti e che quest'anno si riproporrà coinvolgendo anche la Lombardia. A giugno sbarcheranno infatti 30 top travel blogger da tutto il mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«In questi mesi stiamo registrando numeri record, quindi la formula è vincente. Nonostante ciò stiamo guardando alla situazione internazionale e ad acquisizioni di quote di mercato interne». Tradotto: bene così, ma perché accontentarsi? Non desta dunque stupore il fatto che Yalla Yalla di Manuel Mandelli stia guardando con interesse alla Borsa, da sempre il terreno più adatto per crescere e internazionalizzarsi. Lo aveva fatto I viaggi del ventaglio, poi Edreams, Caledo, perché non dunque questa società di viaggi riminese con numeri stratosferici conquistati in una manciata d'anni? È infatti di fine aprile l'ingresso di Yalla Yalla in Elite, il progetto di Borsa italiana lanciato da tre anni per accompagnare verso la finanza d'impresa le aziende eccellenti italiane (con Yalla Yalla c'erano anche la Bertazzoni di Guastalla e la Raccortubi di Piacenza).

«Dopo aver visto il nostro tasso di crescita, abbiamo capito di avere le carte in regola per fare sempre meglio ed è giusto allenare le spalle, anche dal punto di vista finanziario. Siamo certificati Kpmg e stiamo diventando una grande azienda», osserva Mandelli, 35 anni, piacentino, che però non vuole scoprire le sue carte: «Non abbiamo preso decisioni ancora, vogliamo crescere e diventare quell'operatore di riferimento del mercato del turismo che oggi manca all'Italia». Dopo la presenza nel nostro Paese e in Spagna (un anno fa ha inaugurato una nuova sede a Palma di Maiorca), non è escluso che Yalla Yalla apra anche in altre nazioni.

Per poter guardare così lontano e sopra tutti, la società romagnola deve avere una base molto solida. E così è, infatti. Da fine 2010, anno in cui è nato, il sito internet di Yalla Yalla è stato visitato da 40 milioni di utenti (il 40% dei contatti arriva da tablet e telefonino), mentre l'azienda ha registrato 90 milioni di fatturato, di cui 30 solo nel 2014, anno



Titolare Nella foto Manuel Mandelli, creatore di Yalla Yalla

Da Rimini a piazza Affari, Yalla Yalla imita Yoox e inventa l'e-travel

Nata nel 2010 non smette di crescere e cerca programmatori per aggredire nuove quote di mercato

Vogliamo diventare l'operatore di riferimento del mercato del turismo che oggi manca all'Italia

in cui ha raggiunto il breakeven. Quando è partita, c'erano solo 4 persone. Oggi i dipendenti sono passati a 30, età media 30 anni, l'80% donne, «dati in controtendenza, ma che funzionano». A tre anni dall'esordio le destinazioni offerte da Yalla Yalla erano 350 mila; nel 2015 hanno toccato quota 500 mila e le offerte hanno superato il milione (club e resort nelle destinazioni marittime; hotel nelle capitali).

«Siamo nati dal nulla come società indipendente, ma abbiamo investito tanto in marketing e tecnologia», racconta il giovane imprenditore. E chi non ricorda la pubblicità con la paperella gialla messa in valigia da coppie e famiglie? La partenza di Mandelli però, è stata di tutt'altro tipo. Prima una tesi di laurea su spin-off immobiliari turistici, poi qualche esperienza in fondi di investimento e a I viaggi del ventaglio. Nel 2010 lascia il

90 milioni è il fatturato totale registrato da Yalla Yalla dal 2010 al 2014

lavoro e fonda Yalla Yalla con Paolo Pezzoli, un capitale di 2 milioni partecipato da Vam Investments e da Matteo Fago cofondatore di Venere.com. Su Yalla Yalla si cercano pacchetti viaggio che di solito si trovano nelle agenzie: il prezzo comprende tutto quello che serve per fare la vacanza. «Siamo concentrati al 100% sull'aspetto tecnologico e sul servizio telefonico per andare incontro ai clienti — prosegue Mandelli — il prodotto per noi è fondamentale, pensiamo solo al servizio di agente di viaggio dedicato con cui i nostri clienti possono parlare da quando prenotano a quando tornano». Quest'anno, poi, il sito di e-travel ha introdotto una novità: l'opzione per cancellare la vacanza senza pagare alcunché. Ma per espandersi ancora anche le persone sono importanti. «Siamo sempre alla ricerca di personale, abbiamo molte posizioni aperte per ingegneri informatici e analisti, chiunque sappia programmare può scriverci».

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

In spiaggia

Tariffe popolari e ferme. La Riviera spera nell'estate

Ombrellone con due lettini: 23 euro al giorno a Milano Marittima; 20 euro a Riccione; dai 15 ai 17 euro a Rimini e Cesenatico. Il singolo lettino giornaliero costa in media dai 5 ai 7,50 nelle varie località. E sugli abbonamenti il risparmio si fa sentire: si va dai circa 230 euro mensili per l'ombrellone con due lettini a Rimini, ai 250-300 euro di Riccione e Cesenatico fino ai 360 di Milano Marittima.

È la fotografia dei costi spiaggia nell'estate 2015 in Riviera. Tariffe popolari, ma ferme. Il treno della ripresa per il balneare non riparte. Alla crisi dei consumi si aggiungono i danni causati dalla stagione 2014 — «La peggiore degli ultimi 90 anni», lamentano i bagnini di Cesenatico — caratterizzata da 23 giorni di pioggia in luglio e le alluvioni di febbraio scorso che hanno piegato centinaia di bagni tra Comacchio e Cattolica. Ma la preoccupazione dei bagnini quest'anno è concentrata sull'incertezza del rinnovo delle concessioni spiaggia dopo il 31 dicembre 2015, data in cui scade la proroga concessa in attesa delle decisioni del governo. In tutta Italia le imprese concessionarie sono circa 30.000 per 300.000 addetti. E per il futuro «non hanno certezza di esistere» lancia l'allarme il presidente nazionale di Cna Balneatori, Cristiano Tomei. «Questo clima — gli fa eco l'assessore regionale al Turismo, Andrea Corsini — non favorisce gli investimenti». Così in Riviera è scattato il rischio dei bagni: c'è chi passa il testimone (come la ventennale «Duna degli Orsi» a Marina di Ravenna) mentre è iniziata la stagione degli accorpamenti. A Rimini sono già 22 i bagni che hanno scelto la fusione.

Mara Pitari

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Scegli la destinazione, proponi il prezzo e partecipa all'asta

Bid to Trip, il sito che mette all'incanto le vacanze. L'affidabilità di clienti e hotel misurata con i crediti

Brunelli
In Europa un milione di posti letto invenduti al giorno

Chiediamo un budget minimo di pochi euro per andare incontro a tutti

Una notte a Parigi in un hotel extra lusso a 19 euro. Un sogno per alcuni, ma una realtà per Bid to Trip: il sito, creato da tre cesenati, offre a prezzi vantaggiosi soggiorni nei migliori alberghi del mondo utilizzando il sistema dell'asta al rialzo. Ogni internauta, un po' sulla falsa riga di eBay, può iscriversi gratis a www.bidtotrip.com per poi scegliere la destinazione che preferisce, acquistare un pacchetto di crediti e aderire all'offerta selezionata spendendo dai 3 ai 5 euro. Una volta raggiunto un minimo di partecipanti, l'asta al rialzo ha inizio e l'iscritto può puntare quanto desidera senza limiti. Scaduto il tempo, chi ha offerto di più si aggiudica il viaggio, mentre ai restanti viene restituito l'importo puntato, a esclusione della quota d'iscrizione, e ricevono comunque una proposta, scontata anche

del 50%, sulla destinazione selezionata. Si tratta di un modello digitale di business, nel settore dei viaggi e del turismo, unico in Europa, progettato da tre romagnoli: Sara Brunelli, Chiara Fusaroli e Augusto Grandi che, grazie anche a l'incubatore di startup Cesena Lab, sono riusciti a settembre a dare vita alla loro idea; ora conta più di 10 mila iscritti. «Ci stavamo pensando già da due anni. Dopo un percorso di approfondimento di tecniche di marketing e dopo essere entrata in contatto con persone provenienti da tutto il mondo, mi sono riscoperta ancora più attaccata all'Italia e ho iniziato a cercare un modo per valorizzare i territori — spiega Sara Brunelli —. Così dopo una rapida ricerca online, mi sono accorta che in Europa, nel settore del lusso, vi è un milione di posti letto invenduti al giorno». Con Bid to Trip l'intento del te-



Fondatori
Chiara Fusaroli, Sara Brunelli e Augusto Grandi

am di Cesena è di dare agli hotel, convenzionati con il sito, la possibilità di ridurre le stanze inoccupate e ricevere così un prezzo stabilito prima dell'asta. «Vogliamo andare incontro sia al cliente che all'albergatore. Al primo proponiamo offerte che

possono essere scontate anche del 98% in periodi di alta stagione, mentre il secondo può aumentare il tasso di occupazione della sua struttura, migliorandone anche l'immagine online», commenta Brunelli. Nel sito, anche se il target di riferi-

mento è medio-alto, non mancano tuttavia offerte per tutte le tasche. Ogni asta, in genere, è seguita da cinquanta partecipanti che, una volta vinto il viaggio, hanno sei mesi di tempo per usufruire della trasferta. Oltre agli albergatori, anche i clienti vengono selezionati mediante un sistema di crediti che possono essere acquistati e che permettono di misurare l'affidabilità e la capacità di spesa. «Esistono già delle piattaforme che propongono degli sconti nel settore del lusso, ma partono da un'offerta base già elevata, noi invece chiediamo un budget minimo di pochi euro proprio per andare incontro a tutti», conclude Brunelli. Bid to Trip il 31 maggio, a Santa Sofia (Fc), sarà protagonista del convegno «Startup Facciamo chiarezza tra mito e realtà».

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dove c'è impresa c'è Confartigianato

Fare parte di **CONFARTIGIANATO IMPRESE DI BOLOGNA E DI IMOLA** significa **essere uniti e fare rete con i colleghi artigiani e imprenditori per difendere il patrimonio e la cultura delle imprese che producono**, danno lavoro e contribuiscono al benessere del territorio.

Significa anche... contare su un'**organizzazione che quotidianamente ricerca le soluzioni e i servizi migliori e più innovativi** per facilitare l'attività della tua azienda.

Dal 1949, Confartigianato Imprese di Bologna e di Imola rappresenta e tutela gli imprenditori e gli artigiani dell'area metropolitana di Bologna sostenendo le loro azioni volte a migliorare il contesto economico e sociale del territorio in cui operano.

Grazie alla partnership con **Integra Service srl**, l'Associazione si è arricchita, a fianco dei servizi tradizionali, anche dei più innovativi servizi consulenziali ad alto valore aggiunto. Le consulenze, rese mediante la collaborazione con professionisti qualificati e partner di **Integra Service srl**, si rivolgono a tutte le imprese che desiderino un supporto per affrontare le sfide imposte dai mercati, con un approccio concreto e basato sulla conoscenza del tessuto economico e imprenditoriale ma, allo stesso tempo, orientato a strategie di successo ed innovazione.

La gamma dei servizi offerti dall'Associazione, non si limita alla realtà dell'impresa, il sistema **Confartigianato Persone** propone, infatti, ulteriori opportunità per rispondere anche alle esigenze del cittadino.

PERCHÉ ASSOCIARSI

- Confartigianato tutela gli interessi e le istanze del piccolo imprenditore ai tavoli della politica e delle Istituzioni
- Per difendere il patrimonio e la cultura di imprese che producono, danno lavoro e contribuiscono al benessere del territorio

LA TESSERA TI PERMETTE DI

- Accedere a tutti i servizi erogati dall'Associazione
- Usufruire delle agevolazioni previste dalle Convenzioni Confartigianato
- Ricevere circolari informative specifiche di settore
- Ricevere aggiornamenti sui bandi di finanziamento rivolti alle imprese
- Partecipare a seminari, incontri, eventi e convegni promossi da Confartigianato

I NOSTRI SERVIZI: NUOVI SERVIZI DI CONSULENZA

- Riorganizzazione e assistenza nella crisi d'impresa
- Assistenza internazionale alle imprese e protezione patrimoniale
- Consulenza legale d'impresa
- Strategia e finanza per lo sviluppo d'impresa

SERVIZI TRADIZIONALI

- Servizio consulenza ed assistenza amministrativa e affari generali
- Servizio Ambiente, Sicurezza & Energia
- Consulenza fiscale e servizio contabilità
- Servizio credito
- Servizio formazione
- Consulenza del lavoro e servizio paghe
- Sos anatocismo
- Servizi alla persona – CAAF

Confartigianato Imprese di Bologna e di Imola
con le sue 16 sedi su tutto il territorio metropolitano,
è il punto di riferimento per gli artigiani e le piccole e medie imprese
Visita il nostro nuovo sito per scoprire la sede più vicina
e vieni a trovarci per conoscere
tutti i servizi e i vantaggi a te riservati
www.confartigianatobolognaimola.it

Confartigianato Imprese di Bologna e di Imola - Via Giovanni Papini, 18 - 40128 Bologna
SEDE PROVINCIALE Via Persicetana Vecchia, 26 - 40132 Bologna - Tel.: 051 405812 - Fax: 051 6414942



16° CONGRESSO PROVINCIALE PER IL RINNOVO DEGLI ORGANI DIRETTIVI

venerdì 5 giugno 2015 - ore 18.00

Confartigianato Imprese di Bologna e di Imola
Via Papini 18, Bologna

Relazione del Presidente Provinciale Gianluca Muratori

SALUTO DELLE AUTORITÀ

Mons. Ernesto Vecchi

Vescovo Ausiliare Emerito dell'Arcidiocesi di Bologna

Marco Granelli

Vice Presidente Nazionale Confartigianato Imprese

Palma Costi

Assessore alle Attività Produttive Regione Emilia Romagna

Virginio Merola

Sindaco di Bologna

Giorgio Tabellini

Assessore alle Attività Produttive Regione Emilia Romagna

DIBATTITO

Cesare Fumagalli

Segretario Generale Confartigianato Imprese

On. Gianluca Benamati

X Commissione Attività Produttive - Capogruppo PD

Modera Massimo Gagliardi

Vice Direttore de il Resto del Carlino

Aperitivo a fine lavori

Segreteria organizzativa

eventi@confartigianatobologna.it - Tel. 051405812

L'INTERVISTA

Paolo Castelli

L'erede della famiglia che fondò l'Anonima Castelli rilancia il marchio partendo dalle stazioni della funivia sul ghiacciaio del Monte Bianco



Design ad alta quota

Chi è

Paolo Castelli, bolognese, classe 1966, è il sesto dei sette figli di Leonida Castelli, l'inventore della sedia Plia. È laureato in Scienze politiche

di **Andrea Rinaldi**

«**S**iamo reduci da una volata molto importante, abbiamo impegnato 20 uomini dell'impresa. E per una volta mi trovo alleato con Matteo Renzi: gli scettici han preso un bello smacco». Paolo Castelli è di ritorno dalla prestazione straordinaria di Expo: la sua impresa omonima, che si occupa di general contracting e design, da Ozzano (Bologna) è arrivata fino a Milano per fornire tutti gli interni del Padiglione Italia (una commessa da circa 7 milioni di euro), spuntandola su 27 altre aziende. La Paolo Castelli spa ha poi allestito la sala della Pietà Rondanini e una mostra alla Triennale.

E c'è dell'altro.

«Abbiamo vinto un bando pubblico indetto dalla provincia autonoma della Val d'Aosta per arredare gli interni di tre stazioni funiviarie sul Monte Bianco, rispettivamente a 1.500, 2.200 e 3.800 metri d'altezza. In quest'ultima dobbiamo trasportare i mobili solo con elicottero. Con un progetto così, più alto non si può andare!».

Però continuate a puntare in alto, vero?

«Sì, con il rifacimento d'interni di una villa del 1450 sul lago di Como. Una commessa da un milione».

Il 2015 si è aperto bene. Che previsioni fate?

«Stiamo chiudendo il 2014: 14 milioni di fatturato per ora, ma c'è in ballo la fornitura del Mandarin hotel di Milano. Per il 2015 invece teoricamente chiuderemo con 22 milioni di euro di ricavi».

Una bella crescita.

«Abbiamo fatto investimenti importanti, in primo luogo sulle persone, come i professionisti che ci stanno ristrutturando l'azienda. E poi abbiamo avuto un exploit di giovani assunti che han portato freschezza. Tre anni fa abbiamo cominciato la trasformazione dell'azienda da familiare a industriale, cioè a darci un'organizzazione. Togliere il concetto del "padrun" che arriva e decide tutto. Voglio dare continuità alle persone che in me hanno creduto. Io in 21 anni che lavoro ho licenziato solo 3 persone. Ma perché han fatto errori grossi».

Su cosa puntate allora per allargarvi?

«Sono due-tre anni che facciamo investi-

menti da 800 mila euro. Quest'anno per il Salone del mobile abbiamo messo 300 mila euro e poi nuove risorse: solo 100 mila euro per nuovi software che aggiornino l'azienda. Abbiamo fatto un nuovo showroom a Milano. E poi non mi posso sottrarre al fatto che Fincantieri mi vuole passare un ordine da 11 milioni».

Il marchio si sta facendo conoscere...

«Sicuramente. Sono rimasto impressionato dalle richieste dei privati: un albergo vicino al Centre Pompidou, Lavazza... Come il pescatore, se getto il pesce pescato, poi non torna più».

Torniamo all'importanza dei giovani in azienda.

«Ho trovato degli angeli. Tutti portano freschezza, si caricano di responsabilità e hanno voglia di fare. Da inizio anno ho assunto 15 persone. La più anziana ha 36 anni. Facciamo selezione con i curriculum che ci arrivano e in base alle necessità: prima facciamo uno stage pagato di 2-3 mesi; se han voglia di fare vengono poi inquadrati come prevede la legge. Que-



A Bologna non c'è cultura, non c'è una facoltà di design, è diventata una città di villeggiatura. A Milano invece si corre già quando scendi dal treno. Qua non c'è la volontà di crescere. Io farei una scuola delle arti per insegnare a tradurre l'idea in progetto

st'anno abbiamo cambiato tre contratti a termine in tre indeterminati. A un ragazzo di 24 anni ho fatto un colloquio in un bar, lo abbiamo confermato come stage dal Salone del mobile e ci sta seguendo il Mandarin hotel».

Il design bolognese è fuggito tutto a Milano. Siete rimasti in meno di una manciata.

«Perché il design, come la poesia, non paga. Tant'è vero che i più importanti negozi, eccetto Gazziero, hanno chiuso. A Bologna non c'è cultura, non c'è una facoltà di design, è diventata una città di villeggiatura. A Milano invece si corre già quando scendi dal treno. Qua non c'è la volontà di crescere. Ho detto che avrei usato solo fornitori entro i dieci chilometri: ho chiamato un bolognese e quando gli ho detti i miei

tempi si è messo a ridere; a Milano il fornitore mi ha consegnato il materiale senza problemi».

Eppure in regione i Compassi d'oro non mancano.

«Bologna non è più come una volta sulla cultura del design. Siamo tornati alla cultura del tellino».

Lei perché è rimasto?

«Be' perché non si abbandona il campo. Prima di entrare in azienda dovevo andare a lavorare a Citibank. Mi sono dato da fare per le persone che sono qui, io ho rispetto per i miei uomini. Ho una squadra eccellente. Non ho mai controllato gli ingressi dei dipendenti. I miei ragazzi non mettono a rimborso spese i caffè come fanno i nostri consiglieri regionali».

Perché il design emiliano è così frammentato e poco conosciuto?

«Perché il Compasso d'oro ha sede a Milano, tutto si svolge lì e automaticamente si tende a premiare aziende oriunde. E poi Milano ha amministratori più attenti a queste cose. Milano è tirata, hanno gettacarte bellissimi, noi ancora quelli con i sacchetti: c'è attenzione estetica, cosa che qui manca».

Non è che sta meditando di tornare in politica?

«No. Se c'è una situazione seria, dove si può fare del bene sono disponibile. Se non c'era Renzi a spingere, Expo non si faceva».

Di cosa c'è bisogno per riattivare il design? Un centro sperimentale? O solo maggior attenzione?

«Io farei una scuola delle arti e dei mestieri. Che ti insegni a tradurre la tua idea in disegno, poi in oggetto e infine in progetto esecutivo. Vale per tutti i settori. "Bello e brutto costano sempre uguale", diceva mio babbo. Però una scuola del genere ti insegnerebbe a ragionare pure sul bello. Posso farle un esempio?»

Prego.

«Avevo a disposizione 1.000 biglietti per il nostro allestimento "Cucine e ultracorp" alla Triennale di Milano: ho chiesto all'ordine degli architetti e dei geometri se erano interessati; chi mi ha risposto lo ha fatto dopo due settimane e per di più ero io che dovevo andare da loro. L'unico che si è fatto vivo è stato il preside di Architettura all'ateneo di Ferrara che ha preso il treno per venire da me e a cui ho consegnato 100 biglietti».

L'azienda

La storia

Nata a fine '800 da un'ebanisteria oggi arreda Expo e navi di lusso

Paolo Castelli spa ha sede a Ozzano dell'Emilia, alla periferia di Bologna, ma la sua storia è lunga e nasce proprio a due passi dalle Due Torri. L'azienda di general contracting e design oggi dà lavoro a 50 persone e gestisce progetti in tutto il mondo. A raccogliere 138 anni di sapere artigiano di famiglia è stato Paolo Castelli, 49 anni, amministratore delegato qualche anno fa prestato alla politica: era stato eletto in consiglio comunale a Bologna con la lista civica Alfredo Cazzola sindaco.

Castelli è sesto di sette figli e viene cresciuto a «pane e design». Nel 1887 il suo bisnonno, Ettore Castelli, prende la decisione di aprire un'ebanisteria vicino a via Santo Stefano. Sono gli anni che seguono l'unificazione d'Italia e lo stile austero di quei mobili era perfetto per gli uffici solenni del nuovo stato italiano. Fu solo quando alla guida della ditta successe il figlio Cesare che si decise, nel 1926, di costruire una sede al di là della stazione ferroviaria. L'impresa continuò a sfornare mobili fino al 1992, non prima di venir rinominata a Milano nel 1939 Società Anonima Castelli, mentre l'anno successivo apriva una filiale Roma, proprio per stare vicino a quegli studi ministeriali da arredare; e una a Milano, per il fermento imprenditoriale. Il padre di Paolo, Leonida, prese il timone durante la Seconda Guerra mondiale e il successo arrivò nei decenni successivi. La sedia «Plia» di Castelli, ideata nel 1967, è finita al Moma e Leonida ha vinto quattro Compassi d'oro. Nel 1994 Paolo si laureò in Scienze Politiche e ricevette il compito di risolvere le sorti della Modular, società di famiglia che produce tendaggi. In pochi anni Paolo Castelli riportò il segno più nel bilancio dell'impresa ed ebbe un'intuizione: associare la Modular a Domodinamica, altra ditta di famiglia specializzata in arredi e design: una collezione ricca di icone che hanno fatto la storia del design, con pezzi prestigiosi usciti dalla mano di famosi designer e ora ospitati in grandi musei in tutto il mondo. Nel 2011 da Modular e Domodinamica nacque la Paolo Castelli spa grazie anche all'aiuto del Cavaliere Alberto Masotti. La ditta di Ozzano può infatti contare sul know how di una rete di artigiani di fiducia e sull'estro di grandi artisti e designer — da Michele De Lucchi a Pier Luigi Cerri, da Stefano Giovannoni a Luca Scacchetti —, che hanno disegnato per Domodinamica. Tra i principali progetti, la biblioteca Manica Lunga della Fondazione Giorgio Cini Onlus di Venezia, il Parc Hotel Bilià e Grand Hotel Bilià di Saint Vincent, Le Gallerie d'Italia di Milano, oltre agli interni del Padiglione Italia a Expo 2015 e quelli di Iran e Montenegro, l'Hotel Mandarin Oriental di Milano, l'allestimento degli interni delle tre stazioni funiviarie di Nuove Funivie Monte Bianco.

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALLUMINIO
BRONZO
GHISA
OTTONE
RAME
PIOMBO

metalparma

A faint, light-colored wireframe illustration of industrial metal components, including rectangular blocks and a cylindrical part, positioned behind the company name.

METALPARMA s.r.l.

Via R. Tagliani, 32/A - (area ex salamini) 43122 PARMA

Tel. 0521 241296 - Fax 0521 487727

info@metalparma.it - www.metalparma.it

COOPERAZIONE

I big data entrano nel carrello della spesa Cia-Conad codifica le abitudini dei clienti

Consumatori targettizzati in base agli acquisti
In Romagna si sperimentano le offerte mirate

I big data entrano nel carrello della spesa di Cia-Conad. Fidelizzare il cliente, proporgli offerte mirate, raggiungerlo con promozioni speciali solo per lui su smartphone o nella casella di posta elettronica: la sperimentazione è già partita in alcuni esercizi romagnoli, proseguirà per tutto il 2015 e diventerà realtà l'anno prossimo. Luca Panzavolta — ad riconfermato di Commercialisti Indipendenti Associati, la cooperativa di detaglieri del sistema nazionale Conad che copre i territori di Romagna, Marche, Friuli-Venezia Giulia e Veneto — parla infatti di «customer loyalty». E il progetto ha destato l'interesse pure di Francesco Pugliese, amministratore delegato di Conad, la grande rete di cui Cia fa parte. Dopo la politica che cerca di capire l'elettore e la finanza che prova a studiare gli andamenti azionari, adesso per i dataset (i grandi volumi di informazioni da studiare per fare predizioni) è la volta della grande distribuzione. Perché chi arriva per primo a capire cosa vogliamo tra gli scaffali, acquista un vantaggio competitivo sulle vendite non da poco rispetto ai concor-

Panzavolta
Il messaggino con la proposta di sconto dipenderà dal tipo di cliente, da come ci ha lasciato i contatti

renti. E questo nuovo piano nasce da una serie di progetti su cui già sta lavorando Legacoop Romagna. «Abbiamo cominciato una collaborazione con professionisti come Gianni Riotta e stiamo lavorando sulla raccolta di informazioni e l'avvio di attività commerciali non più basate sulla fidelizzazione con carta, ma su iniziative che vadano a targettizzare il cliente grazie alle sue abitudini di acquisto — spiega il 50enne manager cesenate — Abbiamo fatto partire un percorso importante sulla customer loyalty, ma in forma nuova, con gruppi di clienti a cui proporre convenienze». Daremo corso a un programma per cui chi avrà uno smartphone potrà ricevere informazioni nel momento stesso in cui paga». L'idea insomma è suggerire all'acquirente il prodotto per lui più interessante con il messaggio a lui più adatto: «E il messaggio dipenderà dal tipo di cliente, da come ci ha lasciato i contatti, cercheremo di dargli una proposta tarata». Quando parla di Riotta, Panzavolta si riferisce alla consulenza sui big data che il giornalista

Cia-Conad nel 2014



Scontrini battuti	
60 milioni	per una quota di mercato complessiva che in Romagna (Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini) è vicina al 30% , con punte oltre il 40% nel canale supermercati
I punti vendita in rete	
236 per complessivi	(165mila metri quadri di superficie di vendita e un patrimonio di 583 milioni di euro)
La rete è suddivisa fra	
ipermercati	3 (Treviso, Rimini e Forlì)
superstore	33
supermercati Conad	72
negozi di vicinato City	128

presta all'Imt Istituto di Alti Studi di Lucca. Tra il consorzio che amministra, infatti, e l'ente toscano ci sono già stati numerosi incontri. L'architrave di volta di questa svolta 3.0 starebbe tutta nella carta fedeltà, il grande raccoglitore di informazioni con cui determinare nuovi schemi di acquisto. Da qui i campi di intervento sarebbero due. Da una parte gli approvvigiona-

menti logistici: segmentando i dati dei pagamenti si potrebbe capire come avvengono le compere e dunque migliorare la catena dei fornitori; dall'altra le promozioni: si potrebbero individuare nuovi tipi di consumatore a cui fornire nello scontrino degli sconti per prodotti che a lui piacciono. Rimanendo sul tema filiera, Panzavolta annuncia un nuovo intervento: «Come

C
Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

cooperativa ridurremo l'incidenza dei costi sui soci per poter trasferire altra convenienza ai clienti, limitare mezzo punto sarà complicato — premette — ma se abbasso i costi di magazzino e di trasporto, e trovo forme di risparmio per pagare meno la merce che compro, posso farla avere al prezzo più basso per i nostri acquirenti». Le strategie future però non si fermano qui. Da novembre 2014 a marzo 2015 sono entrati a regime i 32 negozi ex Billa acquisiti a Treviso, Padova, Venezia, Belluno, Rovigo, Trieste e Udine. «Nel 2014 con questi punti vendita siamo cresciuti del 12% nel sistema Cia-Conad, siamo arrivati a 6.400 dipendenti e di qui al prossimo anno supereremo i 7.000 occupati. Il prossimo compito poi sarà individuare e formare gli imprenditori a cui affidare questi ex Billa». Nel 2014 per Cia-Conad le vendite sono state di 1,26 miliardi di euro con la previsione di portare il fatturato 2015 a 1,45 miliardi. I punti vendita in rete sono 236 per complessivi 165mila metri quadri di superficie di vendita e un patrimonio di 583 milioni di euro. La rete è suddivisa fra 3 ipermercati (Treviso, Rimini e Forlì), 33 superstore, 72 supermercati Conad e 128 negozi di vicinato City. Gli scontrini battuti l'anno scorso sono stati 60 milioni, per una quota di mercato complessiva che nell'area storica della Romagna (Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini) è vicina al 30%, con punte oltre il 40% nel canale supermercati.

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

ASSISTENZA Service s.r.l.

Via Palazzetti, 26 – S.Lazzaro di Savena (BO)
www.assistenzaservicesrl.it
info@assistenzaservicesrl.it

Carrelli elevatori

Chiusure industriali

Porte rapide

Macchine per la pulizia

Scaffalature

Piattaforme aeree

INNOVATORI

I nanofarmaci dell'Unimore volano in America a caccia di finanziatori

Nella top 40 delle invenzioni più promettenti per TechConnect, potrebbero curare il Parkinson

Le pareti del cervello viste come le inespugnabili mura della città di Troia e valicabili solo grazie ai nanofarmaci, moderni «cavalli» capaci di portare nel centro della nostra scatola del pensiero le cure per combattere le malattie neurodegenerative. L'applicazione dei farmaci microscopici nella lotta contro Alzheimer, Parkinson e altre patologie è stata inserita tra le quaranta innovazioni tecnologiche più promettenti a livello mondiale dal Techconnect World Innovation e dietro la ricerca d'eccellenza c'è un gruppo di studiosi dell'Università di Modena e Reggio Emilia. Dal 14 al 17 giugno voleranno a Washington proprio per l'edizione annuale del TechConnect World Innovation, uno dei più grandi convegni internazionali multisettore: le startup e le tecnologie più innovative vengono selezionate da un comitato proveniente dal mondo accademico e dell'industria dando

la possibilità di presentare i propri progetti davanti una platea di investitori internazionali. I ricercatori emiliani hanno sviluppato l'idea di usare la nanomedicina per le malattie neurodegenerative mettendo a punto un «cavallo di Troia» capace di portare i farmaci all'interno del cervello, passaggio fondamentale per poter affrontare numerose patologie del sistema nervoso centrale. La barriera emato-encefalica che impedisce l'ingresso nel cervello dei virus normalmente blocca il passaggio dei farmaci che potrebbero curare le malattie: il gruppo di ricerca dell'Unimore ha elaborato nanosfere che incapsulano il farmaco e sfrut-

Cavallo di Troia
Le nanosfere incapsulano il farmaco e superano la barriera emato-encefalica

tando meccanismi endogeni riescono a superare la barriera per rilasciarlo poi in modo controllato. «Le medicine usate finora non riescono a ottenere gli stessi risultati che si potrebbero raggiungere con i nanofarmaci», spiega Giovanni Tosi, 38 anni, ricercatore universitario del Tefarti, centro che raggruppa docenti e ricercatori dell'ateneo con competenze in diversi ambiti scientifici. Nel 2005 il laboratorio ha iniziato a percorrere la strada che ha portato al prestigioso riconoscimento. «Gli studi che hanno permesso di raggiungere questi risultati sono partiti dieci anni fa — racconta Tosi — L'immagine che rappresenta nel migliore dei modi questi farmaci è quella del cavallo di legno ideato da Ulisse, perché grazie a una barriera di polimeri biodegradabili si possono portare nel cervello i farmaci e azionare le cellule richieste. Sono stati studiati i meccanismi di assimilazione di queste



Gruppo di ricerca da sinistra, Giovanni Tosi, Barbara Ruozzi, Maria Angela Vandelli, Flavio Forni, Daniela Belletti e Francesca Pederzoli.

sostanze, per questo c'è stata la collaborazione di esperti di altri settori». La partecipazione al TechConnect World è un'occasione unica per presentare i risultati di questo lavoro. «Si tratta di un expo tecnologico che si svolge ogni anno negli Stati Uniti, dove c'è molta più attenzione nel finanziare la ricerca — commenta Tosi — Questo evento non fornisce direttamente finanziamenti, ma offre la visibilità per entrare in contatto con potenziali investitori». La commissione giudicatrice è composta da membri di diversi organismi governativi e accademici americani tra i quali la Nasa. Secondo Tosi alla

base del successo c'è stato l'ottima collaborazione tra i ricercatori. Oltre al gruppo del Tefarti, diretto dalla professoressa Maria Angela Vandelli, c'è stata il supporto di diversi dipartimenti dell'ateneo, come quello di Neurofisiologia, e la partnership con altre università italiane e straniere. Servirà ancora del tempo per capire se la ricerca curerà in futuro patologie molto gravi: «Ci vorranno altri dieci anni per avere un possibile farmaco da vendere, deve partire una seconda fase di analisi da parte di chi vuole brevettare i nostri studi».

Mauro Giordano
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Università di Ferrara

Una scoperta pubblicata su Nature

Un gruppo di fisici dell'Università e della sezione Infn di Ferrara ha collaborato alla scoperta di rarissimi decadimenti di particelle, note come mesoni B neutri, realizzata al Cern di Ginevra. Un risultato, come riporta la rivista Nature, atteso dalla comunità internazionale scientifica da oltre 30 anni. Si tratta di fatto di uno studio che, in linea con le previsioni del modello standard della fisica delle particelle, restringe la gamma delle sue possibili estensioni, necessarie per spiegare la materia oscura e l'asimmetria tra materia e antimateria. Il gruppo di ricercatori di Ferrara ha avuto un ruolo importante nella costruzione del rivelatore dei muoni, fondamentale per il risultato ottenuto ed è coinvolto nello sviluppo del rivelatore di luce Cherenkov che verrà utilizzato nella presa dati ad alta luminosità nel 2018.

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nasce Corriere Imprese Il nuovo supplemento dedicato all'Economia dell'Emilia Romagna

Imprese, innovazione, credito, mondo del lavoro...
Il racconto di una realtà imprenditoriale, a cura della redazione del Corriere di Bologna.
Corriere Imprese: il settimanale che aiuta a capire il dinamismo del territorio.

In edicola in tutta la regione ogni lunedì con il Corriere della Sera

Media partner





mulinari ^{s.r.l.®} **Costruzioni Generali**

UNA REALTÀ CHE RESISTE CON CONTINUITÀ NEL TEMPO...

L'evoluzione della Mulinari negli ultimi anni:

- Implementazione del ramo di progettazione e D.L. con assistenza professionale civile/industriale/infrastrutture con tecnici interni, al fine di poter garantire soluzioni chiavi in mano;
- Preventivi con sopralluoghi gratuiti;
- **Ampliamento delle categorie SOA:**
 - Categoria generale OG1 - Edifici civili ed industriali (cl. IV-bis - € 3.500.000);
 - Categoria generale OG2 - Restauro e manutenzione di beni immobili sottoposti a tutela - dei beni culturali ed ambientali (cl. II - € 516.000);
 - Categoria generale OG3 - Strade, autostrade, ponti, viadotti, ferrovie, ecc. e relative opere complementari (cl. II - € 516.457);
 - Categoria specialistica OS32 - Strutture in legno (cl. I - € 258.228);
- La nostra impresa è specializzata nella ristrutturazione di edifici Storico/Artistici, nella manutenzione ed ampliamento di poli industriali e residenziali, nonché nei rinforzi strutturali di strutture in c.a. e murature, tramite l'utilizzo di materiali innovativi, quale fibra di carbonio/vetro, cementi speciali fibro-rinforzati, resine super-fluide per il risanamento di fessure interne, consulenze strutturali sono eseguite dallo studio MM - Ing. Mulinari, Temprati;
- Dal 2011 abilitazione bonifica di siti e beni contenenti amianto (classe E - fino a 51.645,69 €/anno), con il programma di estendere alla classe D (413.165,52 €/anno);
- Dal 2013 l'impresa è operativa nello sviluppo di appalti pubblici "offerta economica più vantaggiosa" con la collaborazione di noti professionisti e "Rete di Imprese" su tutto il territorio nazionale.



MULINARI COSTRUZIONI GENERALI S.R.L.

Via Picasso, 5 • 48012 Bagnacavallo (RA) • Tel. 0545-62829 • Fax 0545-62455
 sito web: www.mulinaricostruzioni.it • e-mail: info@mulinaricostruzioni.it

MONOPOLI



L'ormai epidemica saudade degli imprenditori emiliani ha colpito anche Cristian Pederzini, che, tuttora ad di quell'Italpizza da lui fondata, punta a riprenderne l'intero controllo azionario.

Signor Pederzini, entro quando si riapproprierà dell'azienda?

«Per il 60% non ancora di Dreamfood c'è un'opzione call da esercitare entro metà 2017. In realtà, ci siamo già mossi, anzi direi che siamo alla fase finale delle trattative. La partita si chiuderà al massimo nel secondo semestre».

Ad avere soci in azienda, o addirittura dei padroni tout court, lei aveva ormai fatto il callo.

«Beh, nel 1998 era entrato Giuseppe Cremonini (fratello, oggi scomparso, del re delle carni Luigi, ndr). Fu un passaggio importante: durante il decennio con lui ci siamo trasferiti nell'attuale stabilimento, a pochi passi dal casello di Modena Sud. Poi lui ha fatto spazio a Bakkavor, a cui nel 2011 io ho ceduto anche le mie quote, pur restando sempre amministratore delegato».

Perché, allora, ha deciso di ricomprarla?

«Bakkavor, per scelta strategica, ha messo in vendita tutte le attività europee continentali, per concentrarsi su Cina e Stati Uniti, oltre che sul Regno Unito.

Italpizza, nell'impasto di Pederzini tricolore e nuove linee produttive

Il fondatore si è ricomprato l'azienda modenese di surgelati e ora guarda al futuro unendo private label e pronto fresco

E in me è emersa una serie di motivazioni, a partire dall'attaccamento per questa azienda. Non senza un pizzico di orgoglio nazionale, ho voluto continuare un percorso che tuttora prevede sviluppi interessanti».

Quel percorso era a rischio?

«Non si poteva escludere l'interesse di altri investitori esteri, il cui arrivo avrebbe potuto significare una delocalizzazione: tenga presente che la nostra tecnologia, garantendo prodotti alto di gamma autentici, è davvero molto attrattiva. È una sintesi tra tradizione, nelle 450 ricette, e modernità nel processo produttivo su larga scala».

Com'è possibile questa sintesi?

«Tutto l'impasto delle nostre

pizze è lievitato per 24 ore, la stenditura avviene manualmente e poi c'è la cottura in forno con legna certificata. Mantenuta, dunque, l'assoluta genuinità degli ingredienti, dalla nascita dell'azienda abbiamo investito sempre di più nell'automazione. Nei prossimi mesi avvieremo una nuova linea per migliorare l'efficienza di una serie di produzioni, come le pizze rettangolari e i tranci fatti a mano. Tutto a Modena».

Lei, pare di capire, crede ancora nell'Italia.

«Assolutamente sì. Una volta vivevamo al 100% di esportazioni e oggi no: almeno una parte dei nostri consumatori è domestica. Anzi: puntiamo ad acquisire sempre maggiori quote di

mercato interno, dove oggi siamo leader qualitativi, ma sulle quantità prevalgono decisamente concorrenti stranieri, soprattutto tedeschi».

Un simile quadro come si traduce nei numeri di bilancio?

«Nel 2014, con un fatturato di 75,2 milioni di euro, abbiamo venduto complessivamente 65 milioni di pizze: il 30% in Nord America, il 60% nell'Ue e il 10% nel resto del mondo. I dipendenti, tra diretti e indiretti, sono circa 400».

Il futuro cosa riserva?

«Finora abbiamo operato quasi esclusivamente tramite la grande distribuzione, e solo in minima parte, essenzialmente negli Usa, nel food service (forniture alle aziende che gestiscono grandi spazi per la ristorazione pubblica, ndr). Soprattutto, abbiamo operato quasi solo nel private label, ovvero le nostre pizze hanno il marchio delle catene che le vendono».

Non sarà più così?

«Le private label rimangono

il core business, ma con uno spazio dedicato anche al marchio Italpizza, proprio per contrastare l'egemonia straniera. Inoltre, diversificheremo: nei supermercati, a parte il comparto surgelati, troverete le nostre pizze nel canale del fresco, con latticini e salumi confezionati».

Escludete di riaprire il capitale, magari andando in Borsa?

«Al momento le nostre attività sono finanziate principalmente con mezzi propri e non pensiamo a simili ipotesi. D'altra parte, potrebbero essere percorribili in futuro, perché non escludiamo investimenti importanti, ad esempio per nuove unità produttive, anche all'estero».

Investimenti significa anche acquisizioni?

«Al momento abbiamo altre priorità. Ribadisco: è presto per parlare di simili temi, prima c'è da chiudere il processo di riacquisizione».

Nicola Tedeschi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le tappe

● 1968
Cristian Pederzini nasce a Bazzano (Bo), dove a 24 anni apre un'attività in un garage di Castello di Serravalle, con soci partner tecnologici

● 1991
Nasce Italpizza per portare su vasta scala la produzione di pizze di alta qualità, sfruttando la surgelazione

● 1999
Il successo induce Pederzini a insediarsi nell'attuale polo di San Donnino (Mo)

● 2008
Italpizza è ceduta a Bakkavor. Realtà nata nel 1986 in Islanda per esportare merluzzo, fattura oltre 2 miliardi con 18 mila dipendenti

● 2014
Il 40% di Italpizza torna a Dreamfood srl, veicolo creato ad hoc per il riacquisto e in cui, nuovamente, Pederzini è in maggioranza rispetto ad altri due soci

● 2015
Viene firmato l'accordo con Fai, Filiera agricola italiana di Coldiretti, che certifica l'utilizzo di materie prime tutte italiane

Orogel alla scoperta dell'America partendo dal Sud

Vuole crescere fuori dalla Ue con altri 300 addetti da aggiungere in Basilicata agli 80 già stimati

Il gruppo

Orogel è nato nel 1967, ha sede a Cesena e stabilimenti produttivi in Romagna, a Ficarolo e a Policoro. Il gruppo si divide in Orogel Surgelati, Orogel Confetture e Orogel Fresco

di **Andrea Rinaldi**

Allargare le produzioni, impiantare nuove varietà, assumere circa un altro paio di centinaia di altre persone oltre a quelle preventive, rendere più efficiente la produzione, ma sempre nel rispetto dell'ambiente e cominciare a pensare ai mercati fuori dai confini europei per vendere gli ingredienti base della dieta mediterranea, patrimonio Unesco. Dopo aver approvato il bilancio 2014, Orogel mette in cantiere le nuove proposte per questo 2015 che sta arrivando al giro di boa.

Il gruppo con sede a Cesena conta 2.500 dipendenti e 1.800 soci produttori che coltivano in zone vicine agli impianti di surgelazione; gli stabilimenti produttivi sono tre e sono dislocati fra Romagna, Veneto e Basilicata. I campi coprono 12.300 ettari

e producono ortofrutta che viene venduta fresca per 146 mila tonnellate e surgelata per 90 mila tonnellate. Non bastasse, Orogel è pure fornitore esclusivo per il gruppo Cir a Expo.

Il 2014 si è chiuso positivamente in tutti i settori per Orogel. Il fatturato relativo ai surgelati è stato pari a 180 milioni di euro, con un incremento del 3% a valore rispetto all'esercizio precedente. Quello legato a Orogel Fresco, invece, è stato di 148 milioni. Per un totale di circa 328 milioni di euro. Orogel investirà 80 milioni nel triennio 2015-17 e assumerà 80 addetti: 10 milioni serviranno per realizzare una nuova struttura meccanizzata per l'arrivo e l'avvio degli ortaggi alla linea di surgelazione; altri 20 milioni per il potenziamento degli impianti di surgelazione e il raddoppio della produzione di Verduri; 30 milioni per il sito di confezionamento



Al comando Bruno Piraccini, classe 1944, è amministratore delegato di Orogel dal 1978

e stoccaggio adiacente alla sede; una ventina per il sito di Ficarolo e i prodotti freschi in Romagna.

«Proprio a Milano abbiamo recentemente incontrato la delegazione americana e non ci dispiacerebbe acquistare quote di mercato negli Stati Uniti — ragiona Bruno Piraccini, amministratore delegato del gruppo — non abbiamo investito molto su estero e quel 5% che fatturiamo lo stiamo guardando con attenzione particolare, non tanto per vendere tutti i prodotti, ma per poter radicare alcune produzioni nostre che fanno parte della dieta mediterranea come per esempio le verdure grigliate miste o il passato di verdura». Laddove troverà il bacino giusto, Orogel si occuperà di espandere queste sue produzioni. «Per quanto riguarda le richieste per produzioni di massa che provengono da Paesi come Russia o

Kazakistan — puntualizza Piraccini — possiamo impiantare stabilimenti solo con i mezzi finanziari di questi stessi stati o di stanziamenti internazionali».

Negli 80 milioni di investimenti sono compresi anche degli interventi per migliorare le coltivazioni. «Pensiamo di avviare il prossimo anno mille ettari a carciofi in Basilicata e 300 ettari ad asparagi tra Basilicata e Puglia — continua l'ad — a livello di occupazione (anche se non continuativa) si può stimare che circa 300 nuove persone saranno impegnate in queste campagne». E poi ci saranno stanziamenti per le celle meccanizzate a bassa temperatura, per creare sistemi in grado di preservare meglio il freddo e usare l'energia prodotta da impianti di biogas che impiegano a loro volta sottoprodotti delle lavorazioni di Orogel.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MONOPOLI

Relazioni trimestrali 2015 Nei bilanci delle quotate l'Emilia che guarda avanti

A parte i colossi finanziari e le multiutility, outlook positivo per le multinazionali tascabili

Cos'è

Il fatturato è l'Indicatore economico che misura l'ammontare complessivo dei ricavi registrati durante l'esercizio contabile da un'impresa, e derivanti dalla vendita dei beni prodotti o da prestazione di servizi

C'è l'Italia che guarda avanti nelle «trimestrali» della trentina di società emiliano-romagnole quotate a Piazza Affari. Non solo quella delle pmi capaci di esportare, ma anche quella delle multinazionali tascabili, internazionalizzate nella produzione — localizzata nei mercati di sbocco, più che «delocalizzata» — e con la testa ben piantata nella regione. Poi naturalmente ci sono i giganti miliardari, da UnipolSai sopra i 4 miliardi di raccolta (che però si contrae del 10% rispetto al primo trimestre 2014) a Parmalat, che accresce il fatturato (per l'85% prodotto all'estero), ma dimezza gli utili, e alle grandi multiutility Hera e Iren. La prima accresce più il fatturato (1,3 mld., + 7%) che gli utili, pur sempre molto consistenti (92,5 milioni, +3,8%); l'altra, più piccola e con un trend meno brillante, rafforza però del 14% il risultato netto. E infine le ban-

che, Bper e Credem, in crescita soprattutto negli utili, a cavallo del +50%.

Le ceramiche fanno miracoli, ma i margini sono contenuti o temporaneamente negativi. Panaria rafforza il conto economico (82 milioni, + 14%) e torna all'utile, premiata anche dalla borsa (+92% dall'inizio dell'anno). Annuncia il record di fatturato estero, a quota 80%, con i mercati europei ormai prossimi al 50%. Ma anche il mercato interno, che rappresenta il 20%, segnala un'inversione di tendenza importante (+6%), non comune però all'intero settore (-2% secondo Confindustria Ceramica). Una fatica confermata dai numeri di Ricchetti, che li-

Cambiano verso
Panaria anticipa la ripresa della ceramica
Risputa l'utile di Trevi
Beghelli rivede la luce

ma il fatturato di gruppo ma incrementa quello nazionale (+1 milione) mentre peggiora l'utile netto, già negativo nel primo trimestre 2014.

Igd, l'immobiliare della grande distribuzione, incrementa utili e fatturato e ha appena inaugurato un parco commerciale da 16mila mq. in Veneto. Il gruppo Trevi soffre in borsa (-20%) ma ha accresciuto il fatturato (+12%) e anche gli utili sono riemersi dal sottosuolo. Interpump ha fatto un balzo sia nel fatturato (+39%) che negli utili (+150%), ed ha appena acquisito la parmigiana Bertoli.

Anche il lusso di Aeffe va molto bene, soprattutto l'Italia (fatturato +11%), che rappresenta meno della metà del gruppo. Ancora meglio va il lusso online, con Yoox che incrementa fatturato (147 milioni, +16%) e utile, nonostante i margini molto risicati (1,2 milioni, +30%), e fa pure il botto in borsa (+63%). Ima migliora i ricavi (+8%) ma riduce di tre quarti

Il dilemma della via Emilia: più utili o più fatturato?

Le performance trimestrali delle quotate (var. % 1° trim. 2015/2014)

I FATTURATI (IN MILIONI DI) CON I MAGGIORI INCREMENTI

Table with 3 columns: Company Name, Fatturato (Miliardi), Variazione %

* Margine di intermediazione

GLI UTILI NETTI (IN MILIONI DI) CON I MAGGIORI INCREMENTI

Table with 3 columns: Company Name, Utile Netto (Miliardi), Variazione %

Fonte: Resoconti intermedi di gestione - 1° trimestre 2015

centimetri

l'utile. Per il colosso dell'automazione il primo trimestre è tradizionalmente modesto, il buon portafoglio ordini ispira fiducia al management.

Beghelli, abituata a far luce, ma costretta a vederne poca negli anni recenti, e ancora

monitorata da Consob sulla situazione finanziaria e i debiti scaduti, incrementa il fatturato del 15% (42 milioni) e quasi raddoppia gli utili, vicini al milione.

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA



promosso da: CONF COOPERATIVE Bologna

partner tecnici: EMILBANCA, IRECOOP, Kilowatt

con il contributo di: CAMERA DI COMMERCIO BOLOGNA

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Coop Up: le idee diventano imprese Anche a Bologna un anello delle rete nazionale di incubatori d'impresa promossa da Confcooperative

CoopUp Bologna è un percorso di incubazione promosso da Confcooperative Bologna con la collaborazione di Emil Banca e di Irecoop Emilia Romagna, che non parte da un luogo fisico, ma da una community, che è coordinata e supportata nella sua crescita da Kilowatt, cooperativa che gestisce uno spazio di coworking a Bologna.

CoopUp Bologna, infatti, vuole aggregare persone, team, idee innovative d'impresa, progetti che sperimentino modelli organizzativi di ispirazione cooperativa: un percorso di crescita condiviso in cui è la comunità locale stessa ad offrirsi come supporto, mettendo a valore le competenze singole, con un modello di incubazione on demand.

Il punto di partenza sono dunque giovani con progettualità imprenditoriali, formatori ed esperti, che vedano nei valori della condivisione, della collaborazione e della sostenibilità le leve di crescita e sviluppo.

"CoopUp — afferma Daniele Passini, Presidente di Confcooperative Bologna — intende promuovere e avvicinare all'economia cooperativa giovani e neo imprenditori in settori d'impresa meno tradizionali". "L'obiettivo — continua il Presidente — è accompagnare la nascita e lo sviluppo di nuove cooperative e di imprese sociali, oltre a creare ponti tra nuove idee e imprese cooperative già attive".

All'interno di CoopUp si possono trovare persone pronte ad accogliere e ad accompagnare gli aspiranti imprenditori, esperti in grado di dare un supporto nel progetto d'impresa, opportunità finanziarie a soste-



gno delle start up. L'iniziativa ha il sostegno della Camera di Commercio di Bologna.

IL PERCORSO

"Abbiamo scelto di partire da un percorso di attivazione e di crescita di una comunità di aspiranti imprenditori o startupper — commenta Gaspare Caliri, referente di Kilowatt per il progetto Coop Up". Gli strumenti di lavoro sono un gruppo Facebook, un blog, e sei workshop di formazione collettiva focalizzati su ambiti di innovazione sociale, sharing economy e governance cooperativa.

Accanto ad una prima parte in cui ogni volta vengono affrontate alcune tematiche tipiche della creazione di impresa è stata pensata una seconda parte più interattiva.

Si tratta di un problem solving collettivo, che lavora attraverso metodologie derivate dal co-design thinking per risolvere problematiche concrete dei progetti di impresa interni alla community. "Tali idee — spiega Caliri — vengono scomposte analiticamente con l'aiuto di esperti invitati ad hoc ad ogni incontro, per comprenderne criticità e potenziali sviluppi, domanda di formazione e di ampliamento del bagaglio di competenze". Il pubblico chiamato a contribuire all'analisi e alla soluzione dei problemi.

Dopo il primo evento di lancio del progetto lo scorso 3 marzo, che ha visto tra gli altri la partecipazione di Flaviano Zandonai (direttore di Iris Network e ricercatore Euricse), in cui l'accento è stato posto sul tema dell'innovazione sociale e dell'economia collaborativa, i primi incontri sono

stati dedicati alla "Value Proposition, cioè come comunicare la propria unicità al mercato" e "all'Idea di impresa: come si crea valore, tra business modeling e design thinking". I prossimi appuntamenti saranno il 26 maggio "Il piano economico-finanziario: numeri e metriche", il 16 giugno "Governance cooperativa, ibridi organizzativi e lavoro" e il 29 giugno "Opportunità finanziarie: strumenti di facilitazione e di accesso al credito".

OPEN CALL

E' possibile candidarsi a partecipare al percorso e alla community di Coop Up Bologna che si rivolge a chi ha un'idea di impresa o si appresta a iniziare un percorso imprenditoriale.

Il progetto offre occasioni formative per l'accompagnamento allo sviluppo di un'idea imprenditoriale; un'arena di discussione sull'imprenditorialità, sull'innovazione, sui valori cooperativi e sulla loro evoluzione; incontri con alcune realtà innovative nel panorama cooperativo locale; workshop di approfondimento sul fare impresa e innovazione; attività di facilitazione e consulenza per intraprendere un percorso imprenditoriale.

Per partecipare vai alla pagina bologna.coopup.net/partecipa e compila il modulo. Cerca il gruppo Facebook CoopUp Bologna ed entra a far parte della community. Per avere maggiori informazioni scrivi a coopupbo@confcooperative.it e visita il blog bologna.coopup.net

«Mini Euro ok, ma serve il **risk manager**»

Fabrizio Guidoni, analista finanziario mette in guardia dal fai da te. «Nelle imprese internazionalizzate non conta solo l'export». Come dimostrano Datalogic e Olidata

Chi è



Fabrizio Guidoni, analista finanziario indipendente lavora a ETicaNews.it, sito focalizzato su tematiche di economia e finanza

«**L**e trimestrali mostrano già gli effetti positivi del rafforzamento del dollaro sull'euro», conferma Fabrizio Guidoni, analista finanziario indipendente, esperto di comunicazione economica e attento ai temi della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa. L'effetto leva del cambio si misurerà nei prossimi mesi, «ma si percepisce dall'incremento del portafoglio ordini, in alcuni casi segnalato dalle relazioni».

Naturalmente i flussi delle imprese si muovono in più direzioni, non solo come esportazioni di produzioni italiane verso l'area dollaro. «Se non riguardano i prezzi, gli effetti finanziari si riflettono nel bilancio della capogruppo, in euro. Oppure le imprese acquistano materie prime, in dollari. Spesso il risultato è penalizzante, per esempio nel settore informatico». Ce n'è traccia nella relazione di Olidata, che ha ottenuto il maggior incremento di fatturato (+180%), grazie alle commesse dalla Pubblica amministrazione, ma è in leggera perdita per l'aumento dei costi delle materie prime.

Cento giorni a Piazza Affari

Performance delle quotate dell'Emilia-Romagna dal 2 gennaio al 18 maggio 2015

Quotazioni in €

Panaria Group	91,82
Yoox	63,26
Valsola	63
Iren	43,09
Bper	41,22
ItWay	37,81
Poligrafici editoriale	33,92
Datalogic	31,42
Noemalife	29,84
Interpump	25,31
Ima	22,92
Hera	22,62
Indice Ftse All Share	22,24
Olidata	22,15
Credem	21,48

Fonte: elaborazione dati Borsa Italiana

Variazione %

Panaria Group	91,82
Yoox	63,26
Valsola	63
Iren	43,09
Bper	41,22
ItWay	37,81
Poligrafici editoriale	33,92
Datalogic	31,42
Noemalife	29,84
Interpump	25,31
Ima	22,92
Hera	22,62
Indice Ftse All Share	22,24
Olidata	22,15
Credem	21,48

Quotazioni in €

Igd Siliq	21,19
Ricchetti	19,54
Piquadro	16,67
Monrif	16,61
Irce	12,98
Beghelli	12,81
Unipol Gruppo	11,11
Bonifiche ferraresi	11,09
Marr	10,87
Aeffe	8,79
Unipolsai	7,86
Emak	3,69
Parmalat	2,77
Landi Renzo	0,2
Trevi	-19,88

Variazione %

Igd Siliq	21,19
Ricchetti	19,54
Piquadro	16,67
Monrif	16,61
Irce	12,98
Beghelli	12,81
Unipol Gruppo	11,11
Bonifiche ferraresi	11,09
Marr	10,87
Aeffe	8,79
Unipolsai	7,86
Emak	3,69
Parmalat	2,77
Landi Renzo	0,2
Trevi	-19,88

centimetri



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredi-bologna.it

«Questo dimostra che un'adeguata gestione professionale del rischio di cambio è fondamentale — osserva Guidoni — Il risk manager non è diffusissimo nelle medie e piccole imprese, ma ogni impresa internazionalizzata deve considerarlo indispensabile». Anche di questo c'è traccia nella relazione di Datalogic, che ha accresciuto in modo significativo ricavi (+13%, per il 90% generati all'estero) e utili (+42%): «l'impatto del cambio è stato compensato a livello di gestione finanziaria, permettendo un recupero a livello di margi-

nalità netta».

Vivace l'andamento borsistico. «I primi cinque mesi sono andati molto bene, con una variazione dell'Ftse All Share superiore al 20% — ricorda Guidoni — Ma l'andamento dei singoli titoli mostra una forte dispersione, dal meno 20 al più 90 per cento. Naturalmente le quotazioni non sempre rispecchiano il valore intrinseco dei titoli, specie se la capitalizzazione non è elevata».

Un'ultima considerazione sulla crescente attenzione delle imprese emiliane e romagnole verso la social responsa-

bility e le variabili non finanziarie. «Hera ha fatto da battistrada, redige un bilancio sociale presentato e discusso sul territorio, un vero benchmark. Anche Unipol lo fa. La Csr evita rischi estremi alle aziende con un maggiore impatto, o anche solo una maggiore visibilità, sul territorio, che ne trae vantaggio insieme ai dipendenti. Nella regione questa sensibilità si percepisce molto, forse anche per la lunga storia cooperativa».

A. Cia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da inizio anno

-18,86

Rapporto euro dollaro

La valuta europea si è svalutata rispetto a quella Usa dopo il QE della Banca centrale europea

-43,13

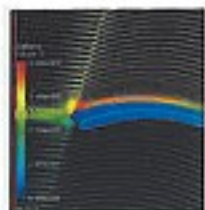
Petrolio

Le quotazioni del Brent (varietà del Mare del Nord) si sono indebolite con il boom della produzione di shale oil americano

-1,33

Crb Index

È l'indice sintetico di 28 commodity elaborato dalla Reuters



IL GRUPPO SPAL

è sempre alla

RICERCA

di persone di talento
anche per:



www.spal-group.com

www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Lavora
con noi

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it



BOLOGNA 4-5 GIUGNO

STATI GENERALI DELL'INNOVAZIONE DELL'EMILIA-ROMAGNA:

INIZIATIVE, RISULTATI E PROTAGONISTI DELLO SVILUPPO INNOVATIVO DELLA REGIONE

un progetto di



in collaborazione con



EVENTO DI APERTURA 4 giugno ore 12:00

L'evento farà il punto, insieme ad istituzioni del territorio e grandi player del digital, sulle politiche a supporto dell'innovazione, i risultati ottenuti e le strategie della nuova programmazione europea. Un punto di vista concreto e orientato al risultato, a beneficio delle PMI, per facilitare la convergenza tra obiettivi europei, indirizzo regionale e fabbisogni di sviluppo delle PMI emiliano-romagnole. In chiusura si terrà il **Premio Innovazione Digitale**, un riconoscimento dedicato ai più innovativi progetti di adozione del digitale nelle imprese del Centro Nord. L'iniziativa è volta a condividere le esperienze virtuose delle imprese del territorio affinché possano diventare un esempio concreto per altre imprese e favorire, così, lo sviluppo digitale del territorio.

Programma:

Apertura: Pierantonio Macola, AD SMAU

Con: **Morena Diazi**, Direttore Generale Assessorato Attività Produttive Regione Emilia-Romagna; **Gianni Potti**, Presidente CNCT Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici; **Gianluca Dettori**, Presidente d'Pixel; **Daryoush Goljahani**, Regional Channel Manager Google for Work; **Vincenzo Esposito**, Direttore della Divisione Piccola e Media Impresa e Partner Microsoft; **Andrea Feliziani**, Direttore Vendite Mercato Piccola e Media Impresa Cisco. **Premio Innovazione Digitale**, condotto da **Enrico Pagliarini**, Radio24. **Premia e chiude:** **Palma Costi**, Assessore Attività Produttive Regione Emilia-Romagna.

Arena Regione Emilia-Romagna

L'Arena Regione Emilia-Romagna vedrà susseguirsi nei due giorni un calendario di workshop da 50 minuti su diverse tematiche tra cui programmi di finanziamento della Comunità Europea, i nuovi bandi a supporto della ricerca e dell'innovazione, della finanza, fabbrica intelligente, ICT Labs, agrifood, cambiamenti climatici e crowdfunding e molto altro.

ALCUNI DEI WORKSHOP IN PROGRAMMA



La gestione dei progetti nelle startup e nelle aziende altamente innovative

MARCO SAMPIETRO GIOVEDÌ 4 GIUGNO - ORE 11:00



Le imprese e i maker: un dialogo possibile a supporto dell'innovazione dell'ecosistema produttivo regionale

STEFANO MICELLI GIOVEDÌ 4 GIUGNO - ORE 12:00



Contributi e Incentivi all'innovazione: il nuovo Credito d'Imposta Ricerca e Sviluppo e SME Instrument di Horizon2020

WARRANT GROUP GIOVEDÌ 4 GIUGNO - ORE 13:00



Instagram, la nuova frontiera del marketing social

ILARIA BARBOTTI GIOVEDÌ 4 GIUGNO - ORE 15:00



Competenze digitali ICT. Dalle linee guida AgID alla normazione UNI

ROBERTO SCANO VENERDÌ 5 - ORE 15:00



Kintsugi: ri-costruire l'azienda per migliorare la competitività

BRUNO FABIANO VENERDÌ 5 GIUGNO - ORE 13:00

I DIGITAL CHAMPIONS



I Digital Champions Acceleratori dell'Innovazione: racconti e testimonianze dei protagonisti del territorio

Racconti e testimonianze di 15 protagonisti del territorio in tema di PA digitale, Smart Communities, Internet of Things, Agroalimentare ed Expo 2015, Turismo, Sharing Economy, FabLabs e molto altro.

GIOVEDÌ 4 GIUGNO, ORE 18:00

VENERDÌ 5 GIUGNO, ORE 14:00

ALCUNE DELLE STARTUP PRESENTI



4E-CONSULTING S.R.L.
Servizi di progettazione avanzata nell'ambito metalmeccanico



AERODRON
Servizi professionali di riprese aeree a bassa quota



INDYCO
Strumenti per migliorare la Data Governance dei sistemi di BI e Analytics



IRA3D
Stampanti 3D professionali



MEMORIS
Software per l'archiviazione semantica di dati e documenti



RIUP
Trasforma gli SCARTI AZIENDALI in OGGETTI DI DESIGN



Padiglioni 33-34
Viale della Fiera, 20
40128 Bologna - Ingresso Aldo Moro

+39.02.283131

info@smau.it
info@rdueb.it

www.smau.it/bologna15
www.rdueb.it

Ingresso gratuito previa registrazione obbligatoria su www.smau.it/bologna15

Segui su



FOOD VALLEY

Le peripezie di Orva Rifiutare la **piadina** non fa crescere il Pil

Un investimento da 25 milioni di euro da un anno congelato dalla burocrazia

Ma cosa c'entra il Pil con la piadina? Moltissimo, se ne produci 350 mila al giorno, così tante che, incolonnate una sull'altra, si potrebbe farne una torre alta un chilometro e pesante 26 tonnellate. Ogni giorno. Tutte queste piadine, in un anno oltre 120 milioni di pezzi, contribuiscono per il 60% a un fatturato da 30 milioni di euro destinato per il 6% all'export, ma la quota potrebbe crescere fino al 20 per cento. E anche il fatturato, oggi generato all'80% dal canale grande distribuzione, vorrebbe crescere, quasi raddoppiare in due-tre anni fino a 50 milioni di euro. Come succedeva fino al 2012 (+27%). Ma non può farlo: l'impianto è saturo, lavora sette giorni su sette, su tre turni da 8 ore. E il Pil rinuncia al contributo della piadina (per non parlare dell'indotto, la farcitura...).

Forse bisognerebbe suggerire all'imprenditore di non ave-

Chi è

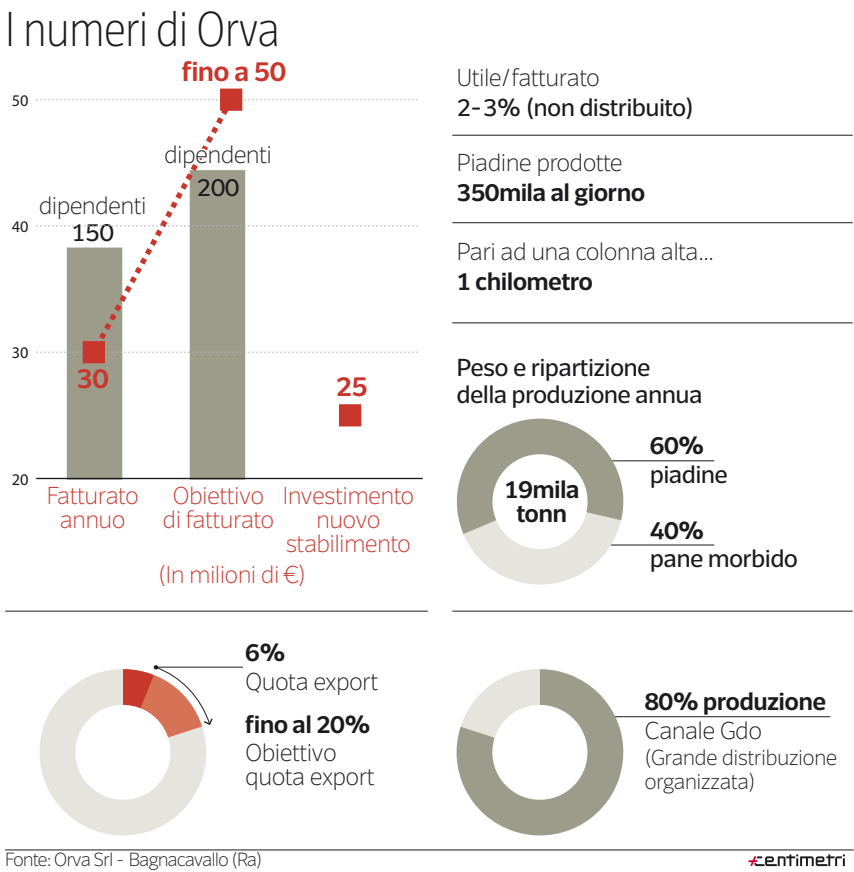


Luigi Bravi è il presidente di Orva. Con lui in azienda anche le due figlie Barbara e Micaela

re paura: l'Italia riparte, il mondo va a Expo, consuma piadine; lui deve farsi coraggio, investire un po', trovare una banca che lo aiuti. E produrre più piadine, più prodotti da forno: se tutto va bene aiuterà la sua impresa (microeconomia) e contribuirà alla crescita del Paese (macroeconomia).

Se le cose stessero così, questa piccola parabola della serie «l'economia spiegata a mio figlio» farebbe sorridere e potrebbe trasformarsi in fiaba a lieto fine, se solo l'imprenditore si decidesse a ingrandire la fabbrica. Ma non è una fiaba, pur essendo ancora possibile il lieto fine. Per ora è una commedia, che stride con le promesse di efficienza e semplificazione della burocrazia e delle pubbliche amministrazioni; ma anche di certe grandi imprese, pubbliche o private a corrente alternata, secondo le convenienze.

Dalle parti di Bagnavallò, in Romagna, tra Ravenna e



Imola, c'è un imprenditore, Sergio Bravi, pronto a investire 25 milioni di euro. Due terzi (grazie agli utili non distribuiti) li mette lui, che da 35 anni ha fondato e fatto lievitare un'azienda leader nella produzione di piadine e pani morbidi confezionati, l'Orva. Un terzo lo finanzia la banca, Intesa-Sanpaolo, che a quell'impresa crede e della correttezza dell'imprenditore si fida. Al punto da averla inserita nel programma «Ecco la mia impresa», e

presentarla al Waterstone, il padiglione della banca a Expo 2015.

Da un anno Orva attende il via libera da un'affollata «conferenza dei servizi», per costruire una nuova fabbrica da 20 mila metri quadri, luminosa e confortevole, perché da queste parti l'idea che il luogo di lavoro possa essere un bel posto, in cui stare volentieri, è parte della cultura d'impresa. Il piano industriale prevede gli incrementi raccontati in cima

alla favola, e 50 nuovi posti di lavoro rispetto agli attuali 150.

La concessione edilizia è arrivata, ma la «conferenza» non si è ancora pronunciata e ha finora prodotto 40 richieste, prescrizioni, osservazioni. Ferrovie italiane, per esempio — presente in conferenza a tutela della sicurezza della vicina linea a binario unico Ravenna-Bologna — è preoccupata perché gli automezzi in manovra nel piazzale potrebbero abbagliare i macchinisti dei treni (chissà se si tratta delle stesse ferrovie meno inflessibili nel controllo della sicurezza dei vagoni merci, e iscritte a Confindustria per condividere, a parole, i principi della libertà d'impresa...).

Un anno perso, finora, un altro servirà per costruire la fabbrica. I costi sono lievitati del 10%, un paio di milioni di euro, per le varie prescrizioni impartite dalla conferenza, in nome della pur sacrosanta sicurezza antisismica (ma fra i capannoni-castelli-di-carta crollati alla prima scossa del 2012, e gli ammortizzatori fin sotto i macchinari anche al piano terra, forse esistono opzioni intermedie). Bravi non molla, ha già ordinato i macchinari, fabbricati in Italia con gli accorgimenti tecnici suggeriti al costruttore dall'ufficio di progettazione meccatronica della stessa Orva, che sviluppa al suo interno anche i sistemi gestionali di business intelligence e l'ufficio grafico per la gestione dell'immagine e del packaging.

Angelo Ciancarella
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Comune di Rimini

LOTTA ALLA ZANZARA TIGRE Anno 2015

CAMPAGNA DI PREVENZIONE E DISINFESTAZIONE

SPETTA AD OGNI SINGOLO CITTADINO FARE LA MEDESIMA COSA PRESSO LE PROPRIETÀ PRIVATE

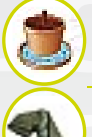
LA LOTTA ALLA ZANZARA TIGRE PER LA TUTELA IGIENICO SANITARIA DELL'AMBIENTE E' UN DOVERE DI TUTTI

NELLE AREE PUBBLICHE IL SERVIZIO IGIENE E SANITÀ DEL COMUNE ESEGUE CON ANTHEA I TRATTAMENTI AI TOMBINI, ALLE SCUOLE, NEI PARCHI, NEI CIMITERI



DA COSÌ

CHIUDI I BIDONI DELL'ORTO CON UN COPERCHIO BEN SIGILLATO O CON UNA ZANZARIERA FINE BEN FISSATA



ELIMINA L'ACQUA DAI SOTTOVASI METTENDO GHIAIA FINE O SABBIA



PIEGA O TENDI CON CURA TELONI DI COPERTURA EVITANDO CHE VI RISTAGNI SOPRA ACQUA NELLE PIEGHE



ALL'ESTERNO, NON LASCIARE BOTTIGLIE O BARATTOLI ABBANDONATI APERTI, CHIUDILI E TIENILI IN ORDINE



NELLE FONTANE E VASCHE CON ACQUA TUTTO L'ANNO E SUFFICIENTEMENTE PROFONDE METTI I PESCI ROSSI



ROVESCIA SEMPRE I SECCHI E GLI ANNAFFIATOI NON LASCIARLI PIENI D'ACQUA PER PIÙ DI DUE TRE GIORNI

TRATTA OGNI 15/20 GIORNI LE CADITOIE CON PRODOTTO ANTILARVALE

PUNTI DI DISTRIBUZIONE GRATUITA PRODOTTO ANTIZANZARE

I RESIDENTI IN ABITAZIONI NELLE QUALI SONO PRESENTI TOMBINI E CADITOIE, DEVONO RITIRARE IL PRODOTTO ANTILARVALE, CHE IL COMUNE DI RIMINI METTE A DISPOSIZIONE GRATUITAMENTE A PARTIRE DAL 16 MAGGIO, PRESSO LE SEDI SOTTOINDICATE:

MERCATO PIAZZA CAVOUR
dal 16/05 al 05/09 tutti i **sabati** dalle 08:00 alle 12:00 zona corso d'Augusto angolo p.zza Cavour

MERCATO BELLARIVA
dal 21/05 al 06/08 tutti i **giovedì** dalle 08:00 alle 12:00 zona piazzale Gondar (zona bar)

MERCATO DI VISERBA
dal 18/05 al 03/08 tutti i **lunedì** dalle 08:00 alle 12:00 zona piazzale Baroni (vicino al centro per anziani)

FARMACIE COMUNALI CONFEZIONI REPERIBILI PRESSO:

Farmacia N. 1 Via Michele Rosa, 3

Farmacia N. 2 Via Covignano, 154/G

Farmacia N. 3 Via Guadagnoli, 46

Farmacia N. 4 Via Marecchiese, 135

Farmacia N. 5 Via Flaminia, 48/A

Farmacia N. 6 Via Euterpe, 2/H

Farmacia N. 7 Via Rosmini, 30

SEDE URP
Rimini - Piazza Cavour, 29 - dal lunedì al sabato dalle ore 9.00 alle ore 13.00 martedì e giovedì dalle ore 14.00 alle ore 17.00

SEDE ANTHEA
Rimini - Via della Lontra, 30 - dalle ore 08.30 alle 17.30 dal lunedì al venerdì

SEDE CIMITERO CENTRALE
Rimini - Piazzale Bartolani, 1 - dalle ore 08.00 alle 12.00 dal lunedì al venerdì (Uffici)

BANCHETTI MOBILI INFO POINT ZANZARA TIGRE

Quest'anno verrà allestito un banchetto mobile con mezzo dedicato con un operatore. In mattina una volta al mese da maggio ad agosto per un'ora a frazione sarà presente sul posto per fornire prodotto larvicida in omaggio effettuare controlli e sopralluoghi in campo.



Per informazioni dettagliate sulle date dei passaggi e sulla lotta alla zanzara tigre a Rimini, leggi il codice QR che trovi sopra con il telefonino oppure vai al sito www.anthearimini.it pagina lotta antiparassitaria / lotta alla zanzara tigre



COMUNE DI RIMINI
ASSESSORATO
IGIENE E SANITÀ



PER INFORMAZIONI CONTATTARE
Centralino dedicato dalle ore 08.30 alle 17.30 dal lunedì al venerdì
Anthea S.r.l. Via della Lontra, 30 - 47923 Rimini
Tel. 0541.767411 - Fax 0541.753302 - www.anthearimini.it
Pagina lotta antiparassitaria / lotta alla zanzara tigre

FOOD VALLEY

La Regione disegna i contadini del futuro Giovani, biologici e ad alta tecnologia

Varato il Piano rurale 2014-2020 con stanziamenti per quasi due miliardi

Più biologico, più giovani agricoltori, più tecnologia: è l'agricoltura del futuro che la Regione Emilia-Romagna vuole realizzare con il Piano di Sviluppo Rurale. Un documento di oltre 700 pagine che fissa la programmazione delle politiche agricole e rurali e le linee di spesa dei fondi comunitari fino al 2020, appena licenziato dalla Commissione europea. Due anni di analisi dei fabbisogni, del contesto, delle criticità, delle opportunità, di consultazione di associazioni di categoria e produttori, hanno portato alla stesura della prima versione del testo, poi modificato in base alle osservazioni di Bruxelles. E oggi il Psr dell'Emilia-Romagna è tra i primi quattro a ricevere il via libera dalla Comunità.

L'approvazione del piano «è frutto del lavoro di squadra tra l'assessorato e la Consulta agricola — scrive Agrinsieme Emilia-Romagna, che riunisce Confagricoltura, Cia, Fedagri-Concooperative, Agci-Agrital e Legacoop Agroalimentare e rappresenta oltre 40 mila imprese —. Adesso proseguire insieme anche sulla definizione dei bandi: le aziende non possono più aspettare e chiedono con urgenza misure volte a generare reddito e nuova occupazione».

Dal Psr saranno in totale distribuiti 1 miliardo e 190 milioni di euro alle aziende da qui al 2020. Sono tre i macro obiettivi del piano: competitività, 515,7 milioni di euro (43,4% totale); ambiente e clima, 509,3 milioni di euro (42,8%); sviluppo locale comunità rurali, 139,8 milioni (11,7% del totale).

Già pronti i primi due bandi. Il primo per i nuovi insediamenti rivolto a imprenditori con meno di 40 anni. A loro sono destinati dai 30 ai 50 mila euro a fondo perduto. «I giovani sono una priorità», osserva l'assessore all'Agricoltura dell'Emilia-Romagna Stefania Caselli. E il presidente regionale di Confagricoltura Giovanni Tosi loda «l'attenzio-

Programma di sviluppo rurale 2014-2020



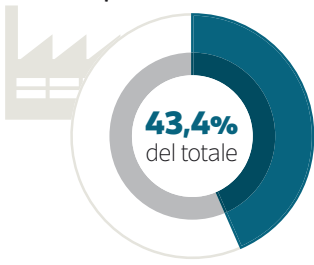
VALORE

1 miliardo 190 milioni di euro

TRE MACRO OBIETTIVI

COMPETITIVITÀ
DELLE AZIENDE

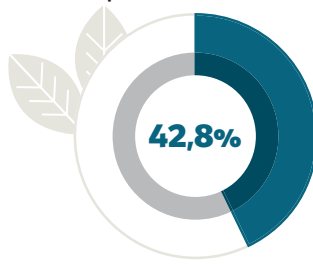
515,7 milioni di euro



di cui
128 milioni
per il pacchetto
giovani

AMBIENTE
E CLIMA

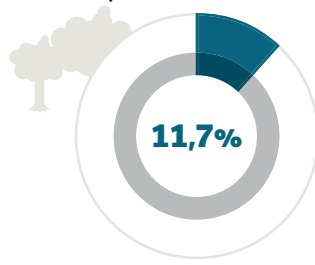
509,3 milioni di euro



di cui
il 100 milioni per il biologico
e 39 milioni per il
dissesto idrogeologico

SVILUPPO LOCALE
COMUNITÀ RURALI

139,8 milioni di euro



di cui
51,5 milioni
per la banda larga
e ultralarga

centimetri

ne verso il ricambio generazionale, che è alla base dello sviluppo del settore agricolo. Ma auspicio anche una soluzione al blocco imposto da Bruxelles ai finanziamenti ai primi insediamenti con produttività superiore ai 250 mila euro. Così si nega il sostegno a chi produce, ad esempio, più di 2 mila quintali di latte all'anno». Il problema dell'invecchiamento degli agricoltori è particolarmente rilevante: in Emilia-Romagna solo l'8% delle aziende agricole è condotto da imprenditori con meno di 40 anni (la media nazionale è del 10%). Il 55% è di proprietà di agricoltori con più di 60 anni.

L'altro bando invece è già partito e riguarda le indennità compensative per le zone svantaggiate: dai 90 ai 150 euro per ettaro per un totale di

15 milioni di euro.

L'assessore Caselli non nasconde la difficoltà di elaborare un Piano di sviluppo rurale per un realtà complessa dal punto di vista della biodiversità, sia ambientale che delle produzioni: «Il nostro è il territorio più disomogeneo d'Italia: si va dai terreni sotto il livello del mare alle montagne, in regione coltiviamo di tutto, dai pioppi alle ciliegie. È una ricchezza che va tutelata». Così come vanno tutelati i 41 marchi dop e igp, che si portano dietro una filiera che vale 13 miliardi di euro. Da incentivare c'è poi il settore del biologico, su cui la Regione ha fatto una scelta strategica: 100 milioni di euro destinati alla conversione e al mantenimento delle produzioni. «Il 9% della superficie agricola dell'Emilia-Romagna produce alimenti

biologici, l'obiettivo è raddoppiarla — fa sapere l'assessore —. La domanda di consumo in questo settore è cresciuta del 37% nonostante la crisi».

La novità assoluta di questo Psr sono gli incentivi per la banda larga e ultralarga. Nel macro-obiettivo per lo sviluppo locale delle comunità rurali ci sono 50 milioni per infrastrutture la montagna. «L'innovazione tecnologica — spiega l'assessore Caselli — è fondamentale: ci sono tecniche di precisione per l'irrigazione e la fertilizzazione dei campi ad esempio, che permettono di risparmiare, ma necessitano che il terreno sia georeferenziato».

Confagricoltura, infine, pone l'accento sulla necessità di salvaguardare il territorio. Il presidente Tosi ribadisce: «Auspichiamo che i fondi a tutela dell'ambiente e del territorio (tra questi ci sono 39 milioni per il dissesto idrogeologico, ndr) siano il primo passo verso l'adozione di un vero piano di prevenzione e intervento pluriennale».

Andreina Baccaro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

50

mila euro
è il tetto massimo
di contributi a
fondo perduto
per giovani
contadini

Alimentare

Normative



Controlli Italiani equiparati a quelli Usa, export più facile per il prosciutto Parma

Sulle tavole delle famiglie statunitensi continuerà ad esserci il prosciutto di Parma. Perché l'organizzazione americana che si occupa dei controlli alimentari, il Fsis — Food Safety and Inspection Service, ha confermato l'equivalenza dei sistemi di controllo italiano e americano. Una buona notizia, dopo che le stesse autorità americane, in passato avevano deciso di sottoporre a campionamento tutte le partite di prodotti a base di carne provenienti da stabilimenti italiani e in arrivo alle dogane statunitensi. Tale prescrizione, contemporaneamente al divieto di inserimento ex novo di stabilimenti nella lista degli impianti abilitati all'export verso gli Usa, rappresentava una misura cautelativa in attesa della conclusione del processo di valutazione del sistema dei controlli ufficiali implementati nel nostro Paese. «Sono stati anni di intenso lavoro — ha dichiarato Stefano Fanti, direttore del Consorzio del Prosciutto di Parma — che hanno causato non pochi disagi ai nostri produttori. Oggi finalmente sono ripagati tutti gli sforzi. Un successo meritato che va condiviso con tutti coloro che sono quotidianamente impegnati nel conferire e assicurare al Prosciutto di Parma tutti quei requisiti di sicurezza e tracciabilità indispensabili per poter essere esportato in tutto il mondo». Gli Stati Uniti sono il primo mercato per le esportazioni del Prosciutto di Parma e nel 2014 hanno registrato una crescita del 12% , con circa 565.000 prosciutti, per 60 milioni di euro.

Maria Centuori

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 25 maggio
Terza torre della Regione , Bologna, Stefano Bonaccini chiuderà il convegno «Il sistema Agro-alimentare dell'Emilia-Romagna». Ore 9

● 26 maggio
Aula Magna Santa Lucia, Bologna, «Come moltiplicare il codice della vita?» con il Nobel Kary Mullis. Ore 10.30

● 25 maggio
Camera di Commercio, Modena, il convegno «Qualsiasi momento è un ottimo momento per fare impresa». Ore 14.30

● Fino al 31 maggio
La Wellness week in Romagna porta oltre 300 iniziative e grandi eventi sportivi come la Gran Fondo Nove Colli

● 30 maggio
Con l'Università di Ferrara il progetto «How I met Science!», dalle 10 alle 13 e dalle 16 alle 20, al polo degli Adelardi

● 5 giugno
Per partecipare come azienda italiana alla fiera Excon, a Bangalore, occorre aderire entro il 5 giugno. Organizzano Confindustria Modena, Veronafiore-Samoter e Unacea.

Stagione per stagione

di **Barbara Bertuzzi**

Verde, giallo e viola, nel piatto arriva l'arcobaleno nutriente del fagiolino

Con buona pace della fantasia a tavola, il verde vince ancora sul giallo e sul viola. «Non solo, la sfida si disputa proprio tra le tonalità del colore dominante» è certo Bruno Parisi, breeder presso il Centro di ricerca per le colture industriali di Bologna, «così il baccello verde scuro brillante si vende di più del chiaro».

Lo dice la piazza che conferma leader del momento, in Emilia-Romagna, la varietà Valentino: colore scuro intenso, calibro grosso e senza filo con una elevata produttività della pianta. Segue a ruota la Sybaris, seconda cultivar testimone del mercato locale, dal baccello diritto, cilindrico e iridescente che si distingue per la particolare serbevolezza post raccolta.

Giuseppe Minzoni a Madonna dell'Albero nel Ravennate produce a pieno campo 3 mila quintali all'anno di fagiolini e della Valentino racconta: «È precoce, si raccoglie dopo 50 giorni ed ha una

resa media di 100 q/Ha». Poi aggiunge: «Però nei giorni della fioritura non deve soffiare il garbino, vento caldo da Sud-Ovest».

Nuove varietà sono comunque in arrivo, pronte a contendersi il primato sulla brillantezza del colore, sulla contemporaneità di maturazione oltre che sulla resistenza alla ruggine e alla batteriosi, virus tra i più insidiosi. «Adesso l'attenzione dei ricercatori si concentra anche sulla problematica della cascola fogliare — informa Parisi — affinché la chioma, che è in grado di proteggere meglio il baccello, si mantenga integra fino al periodo di raccolta».

I fagiolini in commercio, detti anche cornetti o boby, sono di calibro fine (da 3,1 a 8,7 euro/kg nella Grande distribuzione; fonte Cso) e medio (da 3,9 a 4,3 euro/kg) di provenienza nazionale ed estera (Egitto, Marocco finanche Senegal). All'ingrosso si trova persino la varietà Piatti verdi, sui 2-2,8 euro/kg, dalla forma lunga e piatta, prodotta



La pianta

I fagiolini, detti anche cornetti, sono i baccelli giovani del fagiolo, ma hanno proprietà che li rendono assimilabili a un ortaggio: contengono infatti poche calorie. Questo perché la raccolta del baccello viene effettuata quando ancora il fagiolo all'interno è in fase di maturazione

quasi esclusivamente nella piana del Sele a Sud di Salerno e da noi poco cucinata pur offrendo uno straordinario apporto nutritivo. Tra le cose da non fare: «Mai scegliere un fagiolino con la marcatura del seme», consiglia Silvia Paolini, tecnico sperimentatore di Astra Innovazione e Sviluppo. «Se la superficie non è liscia, vuol dire che è stato raccolto da oltre una settimana».

Per chi ama invece la verdura di nicchia e tendenza, ampio spazio alla creatività spaziando dal giallo fosforescente al violaceo scuro, al nero. Marilena Civolani nella Bassa tra Bologna e Modena coltiva in serra da circa un mese la varietà Black tiger, calibro medio e 4-5 cm di lunghezza e la Yellow queen fino a 7-8 cm (nei punti vendita Fruttiamo di Modena, Savignano sul Panaro e Carpi a partire da 8 euro/kg). Ma attenzione alle sorprese: una volta cotto, il fagiolino viola perde il suo colore originario e si trasforma in verde scuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GOLD GALLERY

GIOIELLERIA

Nel giorno più bello, fai felice chi ami!

REGALA UN PENSIERO PREZIOSO



Ogni anno 350.000 clienti acquistano oggetti preziosi e orologi da noi...

Vieni a scoprire il perchè!

Nei C.Comm.li di: **BOLOGNA:** Centrolame - Centronova - Shopville Gran Reno - Centroborgo. **CARPI:** Borgogioioso. **CENTO:** Guercino. **CESENA:** Montefiore - Lungo Savio. **FAENZA:** Le Maioliche. **FERRARA:** Il Castello - Le Mura. **FORLÌ:** Puntadiferro. **FORLIMPOPOLI:** Le Fornaci. **IMOLA:** Leonardo. **MODENA:** I Portali - GrandEmilia. **PARMA:** Euro Torri. **RAVENNA:** Esp. **RIMINI:** Le Befane - I Malatesta. **SAVIGNANO SUL RUBICONE** Romagna Shopping Valley.

www.goldgallery.it

LA SCOPERTA DI EXPO INIZIA DALLA SUA STORIA

CITTÀ, VISIONI, IDEE: LE ESPOSIZIONI UNIVERSALI DAL 1851 AL 2015

Expo non è solo un evento: è uno specchio fedele di 160 anni di storia, che dalla prima esposizione di Londra nel 1851 a oggi ha saputo riflettere il presente e offrire un assaggio del futuro. Corriere della Sera presenta un volume illustrato che ripercorre tappa dopo tappa l'evoluzione della manifestazione offrendo approfondimenti sul contesto storico, sociale e politico e curiosità sui padiglioni. Un libro per capire Expo di oggi e conoscere i mondi di domani.

DAL 7 MAGGIO
IN EDICOLA E IN LIBRERIA A € 12,90*

CORRIERE DELLA SERA
La libertà delle idee

Rizzoli



PER NOTIZIE E OPERE COMPLETE ONLINE SU
CORRIERE STORE



OPINIONI & COMMENTI

L'analisi

Globalità
e private equity
per crescere

SEGUE DALLA PRIMA

È assolutamente necessario ripensare gli strumenti di finanziamento per gli investimenti delle imprese e, al tempo stesso, favorire l'utilizzo di fondi di private equity destinati ad aziende del territorio, non solo per investimenti innovativi, ma anche con l'obiettivo di ampliare la scala produttiva. Molti Paesi «emergenti», oggi cercano nuovi partner per sviluppare le proprie potenzialità. Gli imprenditori italiani sono tra i «più desiderati», come investitori provenienti da Paesi a capitalismo maturo. Tuttavia, visti i vincoli di Basilea 3 sugli assorbimenti patrimoniali delle banche, per permettere alla imprese di realizzare investimenti all'estero con elevata redditività è opportuno creare fondi di private equity riservate alle imprese italiane che vogliano internazionalizzarsi. Anche questa è una conseguenza della crescente e progressiva integrazione dei mercati che deve spingere gli imprenditori a immaginare la creazione di nuovi business in contesti diversi: penso ad esempio, alle materie prime, di cui sono ricchi molti Paesi emergenti. Non è strategico lasciare sempre ad altri business così profittevoli. Questi ragionamenti, però, portano direttamente al tema della finanza per la crescita delle imprese: sarebbe cruciale costituire fondi di investimento dedicati alle imprese del territorio. Se infatti è possibile dotare le banche di uno strumento di canalizzazione del risparmio che si forma sul territorio, diventa più semplice co-finanziare progetti innovativi, unitamente al tradizionale canale del credito. Il futuro per la crescita si gioca tutto su un'efficiente allocazione e diversificazione delle risorse finanziarie: non più solo credito, ma anche capitale di rischio. Le imprese sono fatte di donne e uomini: una strategia per la crescita passa necessariamente anche da una moderna ed efficiente rivisitazione dei tempi di lavoro. La globalizzazione, nel bene e nel male, entra anche nell'organizzazione delle nostre vite: è il prezzo da pagare per garantire un futuro adeguato al nostro territorio.

Massimiliano Marzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdeggiesp@gmail.com



La risposta di Massimo Degli Esposti

LA RIPRESA? QUANDO CRESCERÀ L'OCCUPAZIONE



Le pagine di tutti i giornali, compreso il vostro Corriere Imprese, pullulano di titoli sulla ripresa. Verrebbe da pensare a un'economia in pieno boom. Io che sono un piccolo imprenditore del settore costruzioni, invece, vedo in giro ancora tanta crisi. Il lavoro scarseggia, le aziende in difficoltà sono sempre di più, le banche non scuciono un soldo e anche chi potrebbe andare discretamente rischia di naufragare perché i clienti non pagano.

Marco C., Reggio Emilia

Caro Marco, l'importante è intendersi sul significato della parola ripresa. Per gli economisti (e per i giornali che ne riportano i giudizi), ripresa vuol dire inversione di tendenza; quindi inizia nel momento stesso in cui si passa dal segno meno al segno più. È indubbiamente il caso di questo inizio 2015, quando il Pil, e non solo quello, ha segnato un incremento (+0,3%) dopo una serie di trimestri in negativo durata quasi due anni e anzi, escludendo brevi rimbalzi, più di sette. Per l'Emilia-Romagna è andata anche meglio, perché la svolta è iniziata già nel 2014 con

Piazza Affari

di **Angelo Drusiani**

Acquisizioni e qualità La forza di Interpump



Che l'Emilia-Romagna sia una regione particolarmente competitiva, dal punto di vista imprenditoriale, non è certo una novità. In quest'ottica, la stagione delle trimestrali ne è la testimone più attendibile, pur in una fase economica mondiale tutt'altro che brillante. Interpump, di Sant'Illario d'Enza, evidenzia dimensioni molto interessanti. In meno di cinquant'anni l'azienda reggiana è cresciuta e si è espansa in buona parte del globo. La capacità imprenditoriale del fondatore ha fatto sì che ora Interpump sia diventata leader mondiale nelle pompe a pistoni ad alta pressione, e che abbia un ruolo trainante anche nel settore oleodinamico. A ogni trimestre l'azienda tocca nuove punte d'eccellenza. Secondo Matteo Zardoni, di Banca Albertini Syz, «la penetrazione internazionale della produzione di Interpump rappresenta un punto di forza imprescindibile. Al tempo stesso, la qualità del lavoro italiano continua a essere un punto di forza eccezionale. Avere unito i due aspetti è la migliore strategia possibile».

I risultati d'inizio 2015 lo confermano perché le vendite nette sono salite a 222,6 milioni di euro, rispetto ai 160,2 milioni nel primo trimestre 2014. All'aumento del fatturato hanno contribuito anche le recenti acquisizioni di Walvoil, gruppo reggiano, e Inoxihp, di Nova Milanese. Aziende, ambedue, che, oltre alla tecnologia di cui sono dotate, dispongono di ottimi portafogli clienti, operanti naturalmente nello stesso settore di Interpump. Importante incremento anche dell'utile netto consolidato: 29,2 milioni di euro contro 13,6 milioni del primo trimestre 2014. Altri dati positivi non mancano, ma ciò che conta è la filosofia dell'azienda: qualità della produzione, espansione delle vendite e crescita con acquisizione di aziende soprattutto del territorio, complementari con il resto dell'attività, focalizzata sui controlli idraulici. Accompagnare l'azienda, investendo in azioni Interpump potrebbe rappresentare una buona opportunità, pur a prezzi sensibilmente saliti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Zanetti porta il nome in Borsa
Il caffè dei Segafredo rinasce
con Esse rossa e design Giugiaro

Nei listini di Borsa comparirà come Massimo Zanetti Beverage Group. Ma per tutti la società che il 3 giugno debutterà a Piazza Affari sarà la Segafredo Zanetti, assieme a Lavazza principale produttore di caffè italiano e uno dei maggiori al mondo con oltre un miliardo di euro di fatturato. Il nome Segafredo dirà ancora qualcosa in più ai bolognesi, visto che il marchio deriva dalla bolognesissima famiglia dei fondatori, costretta a passar la mano a metà degli anni 70 quando fu rapito l'allora ventenne Francesco, erede destinato alla successione. Per pagare il riscatto i Segafredo dovettero ricorrere all'aiuto del loro distributore, Massimo Zanetti appunto, che di conseguenza divenne proprietario dell'azienda. Francesco, però, non è rimasto con le mani in mano e all'inizio degli anni 80 si è ributtato nel caffè. Dapprima sottotraccia nel circuito bar, oggi di nuovo allo scoperto con un marchio riconoscibile dalla grande S rossa di Essecaffè che richiama l'iniziale del vecchio logo e con una macchina espresso a capsule firmata dal re dei designer Giugiaro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Presidente Massimo Zanetti della Segafredo Zanetti

Il caso dei suini di Montorsi
Quando è la burocrazia
che costringe a delocalizzare

A quasi un anno dall'approvazione, la legge regionale per attrarre nuovi investimenti resta sostanzialmente sulla carta. Il risultato è che, mentre celebriamo successi con Toyota o Philip Morris, continuiamo a collezionare fiaschi quando prevalgono, nel caso per caso, burocrazia e arbitrio. A Serramazzoni, per esempio, Pier Luigi Montorsi, titolare del salumificio del maialino rampante, non è ancora riuscito a porre la prima pietra di un nuovo stabilimento sull'area di 200 mila metri quadrati acquistata sette anni fa. Doveva diventare un allevamento modello di suini «leggeri» con annesso impianto di trasformazione degli scarti in fertilizzanti ed energia. Insomma, un ciclo chiuso e assolutamente rispettoso dell'ambiente. Ma in sette anni non è riuscito a smuovere il macigno delle autorizzazioni. Così ha deciso che allevamento e stabilimento li farà in Albania, dove in tre mesi può avviare i lavori. Con tanto di incentivi fiscali e lasciapassare verso la Russia, oggi off limits per l'Italia causa sanzioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

La via dell'agricoltura emiliano-romagnola
tra aggregazione e internazionalizzazione

SEGUE DALLA PRIMA

Oggi le aziende tendono a disperdere opportunità; mettendo assieme risorse e know how potrebbero invece aspirare ad una maggior capacità produttiva e di marketing.

La forza del settore primario sta nell'imprescindibile e stretto legame col territorio. D'altronde l'impegno dell'imprenditore agricolo è quotidianamente finalizzato alla produzione di cibo, da un lato, e alla salvaguardia del patrimonio paesaggistico e naturale, dall'altro. Confagricoltura lotta da anni contro il finto ambientalismo che proprio nelle drammatiche esondazioni di fiumi e torrenti in regione, ha mostrato il suo lato peggiore.

Rimarchiamo, inoltre,

l'improrogabilità di un piano nazionale per la riduzione del consumo di suolo che contrasti l'urbanizzazione selvaggia e promuova la valorizzazione delle aree agricole. Una rete viaria sovradimensionata ha determinato negli anni danni incalcolabili all'equilibrio antropico soprattutto per la componente agricola, tra cui l'impermeabilizzazione delle aree di ricostituzione delle falde sotterranee.

Confagricoltura combatte ogni ostracismo culturale-scientifico e auspica l'inizio di un nuovo corso nel superamento della logica «pro o contro Ogm». È ora che la questione degli organismi geneticamente modificati venga affrontata senza pregiudizi ideologici ma secondo una logica scientifica e imprenditoria-

le: ricerca e innovazione sono tappe di svolta strategiche per lo sviluppo delle imprese agricole. Il nostro Paese vanta peraltro una scuola di genetica di caratura mondiale, è assurdo non lasciarla operare. I consumatori hanno bisogno di risposte certe, calate nel contesto rurale nazionale.

La vera tutela dell'agricoltura emiliano-romagnola, che vede tra l'altro comparti in netta crescita come il biologico, si promuove solo con politiche di settore condivise e con un piano strategico che sia espressione di tutti gli attori della filiera. Solo così saremo in grado di difendere le nostre produzioni regionali sul mercato italiano ed estero; solo così potremo offrire cibo di qualità, garanzia di tracciabilità e sicurezza.

Gianni Tosi*

** neopresidente Confagricoltura Emilia-Romagna*

CORRIERE IMPRESE
A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Armando Nanni

Caporedattore centrale:
Gianmaria Canè

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Armando Nanni

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Publicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Publicità locale: Speed Società
Publicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

5 giugno 2015

9:00_13:00

Savoia Hotel Regency
Bologna

Anaste
ASSOCIAZIONE NAZIONALE STRUTTURE TERZA ETÀ
EMILIA ROMAGNA

Evoluzione demografica & sostenibilità sociale

Come cambia il volto del mondo socio-sanitario nel tessuto sociale regionale con l'avviamento dell'Accreditamento Definitivo.

Iscrizione, gratuita ma obbligatoria,
sul sito www.anaste-er.com

Interverranno*(in ordine di intervento)***Alberto De Santis**

Presidente Nazionale Anaste,
Presidente Federsalute e Echo,
European Confederation of
Care-Home Organisations

Giulio Magagnì

Presidente Emil Banca

Virginio Merola

Sindaco di Bologna

Gianluigi Pirazzoli

Presidente Anaste ER

Alceste Santuari

(Ph. D. Low - Cantab) Docente
di Diritto dell'economia
Università di Bologna - Sede di
Forlì

Averardo Orta

Board Member ECHO,
European Confederation of
Care-Home Organisations

Sergio Venturi

Assessore alla Sanità
Regione Emilia Romagna

Elisabetta Gualmini

Vice Presidente e Assessore al
Welfare e Politiche Abitative
Regione ER

Nadio Delai

Sociologo e Presidente di
Ermeneia Studi & Strategie di
Sistema di Roma, ex Direttore
Generale Censis

Alberto Alberani

Resp. Coop. Sociali Legacoop ER

Raffaele Leoni

Coordinatore Asp in CISPEL ER

moderatore:

Rosario di Raimondo

Giornalista de la Repubblica

Iscrizione

L'iscrizione, oltre che online,
può essere effettuata via
e-mail o fax rivolgendosi
alla segreteria organizzativa:
Dott. Mario Bargiotti
tel 051.648 75 24
fax 051.648 76 73 -
info@anaste-er.com

Partner

EMILBANCA
CR CREDITO COOPERATIVO
**Con il Patrocinio di**

 Ministero della Salute


 Regione Emilia-Romagna


 Comune di Bologna


Segui Anaste
su Facebook